

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Penyelenggaraan sebuah kegiatan atau *event*, pastinya memiliki berbagai macam prosedur persiapan dari awal hingga akhir acara. Pada umumnya, kegiatan *event* biasanya dirancang oleh sebuah perusahaan terkhusus kegiatan acara yaitu sebuah *event organizer*. Perusahaan tersebut pada tahap awal, selalu membuat konsep atau *idea* yang nantinya akan ditunjukkan dan dipresentasikan kepada pihak pemberi kerja.

ketika pandemi COVID-19 hadir di Indonesia, kegiatan-kegiatan yang diadakan secara tatap muka mengalami penguncian total atau *lock down* didasari oleh aturan pemerintah yang menegaskan untuk menghindari atau membuat kerumunan sebagai langkah pencegahan COVID-19. Periode penguncian kegiatan publik tersebut kurang lebih berdurasi 1,5 tahun dan menyebabkan banyak rumah produksi maupun penjual jasa kegiatan lainnya mengalami penurunan pemasukan.

Dalam durasi tersebut, masyarakat Indonesia mengalami digitalisasi konten yaitu melaksanakan kegiatan atau *event* secara daring. Hal ini memberikan sebuah peluang ataupun kesempatan bagi pihak – pihak yang juga mengandalkan pemasukan dari tatap muka. Salah satunya adalah perusahaan *event organizer*, PT. Ananta Kreasi Indonesia yang merupakan sebuah penyelenggara acara dimana pada awalnya berbasis tatap muka tetapi menjadi secara daring atau *online* dikarenakan menyesuaikan dengan pola hidup masyarakat pada era pandemi ini.

PT. Ananta Kreasi Indonesia merupakan perusahaan yang sudah berdiri sejak tahun 2017 dan mengalami perubahan pola kerja menjadi digital sejak terdampak pandemi. Adapun dengan secara *online*, perusahaan ini menyediakan jasa *event* dengan kategori *digital event* dan *online brand activation*.

Penulis merasa akibat dari pandemi ini “memaksa” masyarakat untuk merubah pola hidupnya sehingga dapat menciptakan sebuah tren baru yang

nantinya menciptakan tolak ukur yang baru dalam melaksanakan sesuatu. Penulis juga menganggap bahwa terhambatnya kegiatan secara *offline* pasti akan membuat perusahaan – perusahaan beralih ke konten digital dalam mempromosikan maupun menyebarkan informasi terkait produk maupun jasanya. Dalam kata lain, *online* adalah tren yang baru.

Ketertarikan penulis akan bergabung dengan perusahaan *event organizer* didasari dari latar belakang film dan televisi penulis sehingga dapat menciptakan sebuah relevansi dimana mampu menghadirkan konten audiovisual yang sesuai standar ataupun mendasar dari sebuah teori.

Relasi yang ingin penulis bangun dari latar belakang penulis yang memiliki dasar – dasar film dan televisi adalah menyatukan konsep – konsep sinematografi agar kegiatan *online* yang ditampilkan setidaknya memiliki standar sinema yang sesuai. Adapun standar sinema yang penulis maksud adalah *mise en scene* yaitu pencahayaan, kostum, aktor, dan setting sehingga mampu menampilkan sebuah gambaran audiovisual yang baik dan sesuai.

Selain dari segi pekerjaan, penulis merasa kedepannya digitalisasi *event* akan semakin marak sehingga dapat menjadi sumber pemasukan yang stabil dan meningkat. Terlebih jika bekerja sebagai *event organizer* pada umumnya perusahaan akan memberikan “bonus” atau insentif diluar gaji pokok jika berhasil menggaet pelanggan dalam menggunakan jasa perusahaan sehingga penulis dapat memiliki sumber pemasukan yang fleksibel dalam hal positif.

PT. Ananta Kreasi Indonesia juga perusahaan yang sudah memiliki pelanggan besar seperti merk alat-alat elektronik Sharp, sehingga mampu memberikan jalinan koneksi jika suatu saat terdapat kesempatan dalam bekerja sama.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Pemilihan penulis dengan bekerja magang di PT. Ananta Kreasi Indonesia adalah untuk memahami kehidupan seluk beluk perusahaan *event organizer*, memahami runtutan alur kerjanya, mendapat ilmu serta tips dalam menggaet klien dan menjalankan *event*, serta mampu menerapkan ilmu – ilmu yang sudah penulis pelajari dalam pekerjaan – pekerjaan yang diberikan. Selain itu, penulis juga mengharapkan dampak timbal balik yaitu seperti pengalaman, koneksi, mengekspresikan diri dengan berpikir secara kreatif, dan meningkatkan kemampuan sebagai penyunting gambar.

Tujuan lainnya adalah penulis menganggap kerja magang ini sebagai pengasahan *soft skill* penulis seperti rasa tanggung jawab, efektifitas bekerja, serta penyesuaian mental pada lingkungan kerja yang sebenarnya.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Mengacu pada buku panduan magang yang memberikan informasi terkait durasi penyelenggaraan magang yang berdurasi minimal 320 jam kerja atau 40 hari kerja penulis merasa waktu tersebut kurang cukup dalam memaksimalkan ilmu – ilmu yang penulis dapat pada bidang kerja penulis. Maka dari itu, penulis mengajukan durasi magang 3 bulan kerja magang yang disetujui oleh PT. Ananta Kreasi Indonesia. Adapun tempat magang penulis berlokasi di:

Perusahaan	: PT. Ananta Kreasi Indonesia
Alamat	: Plaza Asia Lt 2 Kav 59, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan
Pembimbing lapangan	: Fajar Widya Kusuma, S.E.
Periode	: 3 bulan (10 Maret 2021 – 10 Juni 2021)
Waktu kerja	: 09.00 – 18.00

Mengingat tempat magang penulis yang bekerja pada bidang penyedia jasa maka penulis juga seringkali menjalankan kerja magang dengan *overtime* atau lembur, sehingga jam kerja penulis memiliki total 426 jam.

Dalam melaksanakan kegiatan magang tentunya ada berbagai macam prosedur baik dari sisi internal maupun eksternal, adapun penjabaran proses magang penulis sebagai berikut:

1. Penulis menghadiri sebuah webinar melalui mata kuliah Professional Development FV 172 mengenai bagaimana cara membuat CV atau *curriculum vitae* yang menarik dan efektif
2. Penulis membuat sebuah CV yang berisikan karya – karya, biodata, kontak, pengalaman kerja penulis, hingga *soft skill* yang dimiliki penulis.
3. Penulis lalu mencari informasi melewati CEDC UMN terkait info lowongan magang yang tersedia, tetapi penulis merasa tidak memiliki kecocokan pada perusahaan – perusahaan yang terlampir.
4. Penulis lalu mencari kontak perusahaan melewati Ayah penulis yang pernah bekerja sama dengan sebuah *event organizer* bernama OnUs Asia, berikutnya penulis menkontak COO (*Chief Operating Officer*) terkait lowongan magang, tetapi pada saat itu pihak OnUs belum menerima anak magang, tetapi memiliki rekanan perusahaan yang berkemungkinan menerima lowongan magang.
5. Penulis melanjutkan komunikasi perihal magang oleh bagian *marketing* PT. Ananta Kreasi Indonesia dengan Bapak Arif Eko Suprihono yang melanjutkan dengan penentuan jadwal Interview
6. Penulis lalu menghadiri sesi wawancara di tanggal 10 Maret 2021 di Plaza Asia Lt. 2 Kav 59, Jakarta Selatan dan penulis diterima dengan kontrak 3 bulan.
7. Setelah menerima kabar penerimaan penulis mengurus surat – surat kerja magang yaitu KM 01 – KM 06 secara online melewati Film UMN dan *website* Myumn
8. Penulis melakukan kerja magang serta H – 10 pengumpulan karya penulis meminta perusahaan untuk memberikan penilaian surat KM 06 & KM 07 dan surat telah menjalankan kerja magang