

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Maraknya pergeseran industri-industri ke ranah digital disebut sebagai era digitalisasi. Mulai dari munculnya industri berbasis teknologi seperti *start-up*, *online shop*, *e-commerce*, *apps*, hingga industri-industri konvensional yang mengadopsi aspek teknologi untuk perkembangan bisnisnya. Secara harfiah digital didefinisikan sebagai hal yang berkaitan dengan teknologi komputer, khususnya internet. Secara praktis aspek kehidupan yang paling dipengaruhi internet adalah komunikasi. Meliputi pesan/informasi, proses penyampaiannya, proses penerimaannya, hingga hambatan komunikasi yang dihilangkan (jarak dan waktu) yang mana komponen-komponen ini berkaitan erat dengan peran media. Oleh karena itu, media adalah komponen penting dalam proses komunikasi (baik sebagai komunikator atau kanal). Sehingga industri media termasuk salah satu yang paling cepat beradaptasi di era digitalisasi, misal dengan kemunculan media digital. Sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi yang erat memanfaatkan teknologi dalam berbagai aspek kehidupan, Penulis ingin mengetahui proses kerja media sebagai peranan penting dalam bidang komunikasi di era digital.

Salah satu perusahaan media digital yang menarik adalah Narasi atau Narasi TV. Narasi juga memelopori industri media digital multi kanal di Indonesia. Dalam usia yang masih belia Narasi berhasil terpilih menjadi penerima dana inovasi termuda dari Google News Initiative bersanding dengan The New York Times, BuzzFeed News, The Economist, dll (Pusparani, 2018). Selama pandemi konten Narasi beberapa kali menjadi sorotan. Sebagai contoh, konten “62 Menit Operasi Pembakaran Halte Sarinah” berhasil mencapai 1,9 juta *views* di Instagram dan aksi Najwa Shihab mewawancarai kursi kosong dengan tagar #MataNajwaMenantiTerawan meraih 4,6 juta *views* di Youtube. Selain karena kualitas konten yang mencuri perhatian, pandemi juga mengakselerasi tingkat konsumsi masyarakat akan konten Narasi sebagai media digital. Sebagaimana

melansir dari cnbcindonesia.com, Santitarn Sathirathai, Group Chief Economist menyebutkan di antara 70.000 orang berusia 16-35 tahun, 87% mengaku bahwa adanya peningkatan akan penggunaan media maupun alat digital selama pandemi (Sebayang, 2020).

Selain menjadi penyedia konten dan berita, Narasi kerap mengadakan *event* secara mandiri maupun berkolaborasi dengan *brand*. Pengadaan *event* menjadi salah satu model bisnis Narasi sebagai perusahaan, yakni dengan menjadi *event organizer* bagi klien (*brand*). Hal ini telah menjadi model bisnis yang cukup umum dilakukan media masa kini. Sebagai contoh, Net TV berkolaborasi dengan Mandiri mengadakan Wirausaha Muda Mandiri 2019 dan Indonesian Choice Awards 50, IDN Media mengadakan IDN Millennial Summit 2019, RCTI berkolaborasi mengadakan Panasonic Gobel Awards 2018, dll. Narasi sendiri sebagai *media-event organizer* mengadakan Konser Musik #dirumahaja dan berhasil menggalang Rp 9 Miliar untuk didonasikan kepada kelompok yang rentan selama pandemi.

Oleh karena itu, terdapat divisi *Creative Event* di Narasi untuk mengelola *event* atau kampanye yang dipercayakan. Narasi pernah bekerja sama dengan *brand* ternama seperti BliBli.com, Mandiri, Pocari Sweat, Go-Jek, dll. Selain itu, Narasi pun juga sukses dalam mengadakan *event-event on-site* seperti Playfest 2018, Playfest 2019, Indonesia Butuh Anak Muda, Ideanation Future Festival, dll. Pengelolaan *event* termasuk dalam ranah Ilmu Komunikasi karena menurut Belch (2009) *event* dimanfaatkan sebagai salah satu alat *marketing communication* oleh *brand* (Ikhsan, 2017). Oleh karena bidang ini sedang berkembang dan selaras dengan minat, Penulis tertarik untuk bekerja di Narasi divisi *Creative Event*.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan dari kerja magang ini adalah untuk pemenuhan syarat kelulusan mata kuliah *Internship*. Adapun tujuan lain sebagai berikut.

1. Mengetahui proses kerja divisi *Creative Event* di Narasi.
2. Mengasah kemampuan bekerja sama, negosiasi, dan *problem solving* dalam bidang pekerjaan *event*.

3. Meningkatkan keterampilan dalam *event management*.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Kurun waktu pelaksanaan Program Praktik Kerja terlaksana pada 10 September 2020-30 November 2020, terhitung 63 hari kerja sebagai Creative Event Intern. Jam kerja yang dijalani sehari-hari adalah 10.00-18.00 WIB dari Senin sampai Jumat setiap minggunya. Penulis melaksanakan program ini dengan format Kerja dari Rumah (*Work from Home*) dan semi *remote working*, yakni bekerja berbasis target pekerjaan yang diselesaikan, tidak selalu dibatasi jam kerja.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1. Mengirim *Curriculum Vitae* dan *Cover Letter* ke departemen *Human Resource* PT Narasi Citra Sahwahita.
2. Menghadiri sesi wawancara dengan HRD.
3. Mengajukan formulir pengajuan kerja magang (KM-01) pada Google Form dan MyUMN untuk mendapatkan Surat Pengantar Kerja bagi perusahaan yang dituju.
4. Menyerahkan KM-02 kepada PT Narasi Citra Sahwahita untuk mendapatkan Surat Penerimaan Program Magang.
5. Melaksanakan proses praktik kerja di perusahaan sesuai perjanjian kurun waktu dan jam kerja yang disepakati sembari melakukan bimbingan magang dengan Dosen Pembimbing secara berkala.
6. Melengkapi formulir Kartu Kerja Magang (KM-03), Kehadiran Kerja Magang (KM-04), Laporan Realisasi Kerja Magang (KM-05).
7. Menjelang akhir masa kerja, Penulis menyusun Laporan Magang serta meminta Pembimbing Lapangan untuk mengisi Penilaian Kerja Magang (KM-06).
8. Meminta Dosen Pembimbing dan Pembimbing Lapangan untuk menandatangani Lembar Verifikasi Laporan Magang (KM-07).
9. Mengumpulkan Laporan Magang pada waktu yang ditetapkan serta mempertanggungjawabkannya dalam sidang magang.