

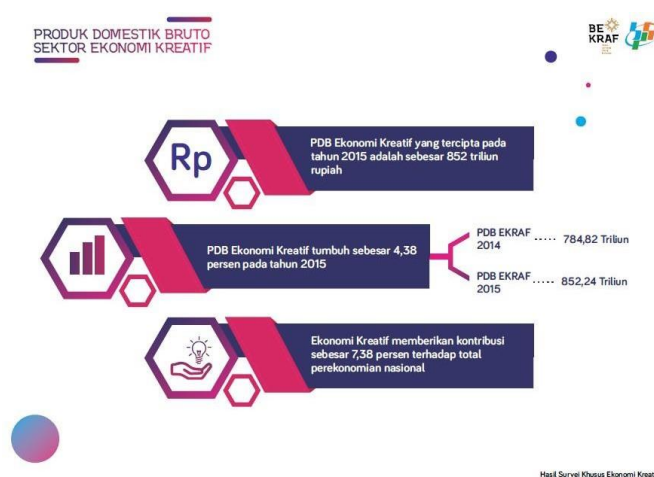
BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Saat ini, perkembangan industri kreatif di Indonesia sedang berkembang dengan sangat pesat. Melalui survey yang dilakukan oleh Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) mengenai ekonomi kreatif pada tahun 2017, dari total keseluruhan perekonomian nasional Indonesia, ekonomi kreatif telah menyumbang sebesar 7,38% di dalamnya. Perkembangan industri kreatif di Indonesia ini sendiri semakin terlihat dengan meningkatnya para pelaku industri kreatif yang tersebar di setiap kota di Indonesia, salah satunya adalah kota Tangerang Selatan (Pratiwi, 2017, p. 7).

Gambar 1.1 Survey Ekonomi Kreatif Oleh BEKRAF



Sumber : Data Statistik dan Hasil Survei Ekonomi Kreatif

Seiring dengan perkembangan industri kreatif, maka diperlukan juga fasilitas-fasilitas yang dapat memudah para pelaku industri kreatif dalam menjalankan kegiatannya, salah satu bentuk implementasinya adalah *Creative Hub*. *Creative Hub* sendiri dapat diartikan sebagai sebuah ruang atau wadah bagi para pelaku industri kreatif untuk dapat meneliti, mengembangkan, mempelajari, dan membuat sesuatu di dalamnya. *British Council* juga mendefinisikan *Creative Hub* sebagai ruang ataupun wadah

untuk menggabungkan para insan kreatif dan budaya baik secara fisik maupun virtual (Mulyadi, 2018).

Secara fisik, *Creative Hub* merupakan tempat atau ruang bekerja bagi para pelaku industri kreatif baik secara individu atau komunitas, serta menjadi pusat bagi para pelaku industri kreatif tersebut dalam berkegiatan. Dari segi non-fisik, *Creative Hub* juga merupakan ruang ataupun wadah dinamis bagi para pelaku industri kreatif baik individu atau komunitas untuk dapat menciptakan *networking* di dalamnya, yang mana dapat menjadi ruang inovasi dan kolaborasi bagi para pelaku industri kreatif (Tandyo, 2019, p. 17).

Salah satu *Creative Hub* yang berlokasi di Tangerang Selatan adalah Creative Nest Indonesia. Creative Nest Indonesia adalah sebuah *Creative Hub* yang berlokasi di The Breeze, BSD City. Dalam menjalankan kegiatannya, Creative Nest Indonesia melakukan beberapa kegiatan komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran merupakan sebuah sarana yang diterapkan oleh perusahaan dengan tujuan untuk memberikan informasi, membujuk, dan mengingatkan konsumen terkait *brand* dan produk yang dimiliki baik secara langsung ataupun tidak langsung (Kotler & Keller, 2012).

Salah satu implementasi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh sebuah perusahaan adalah *event*. *Event* merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan dengan tujuan memperoleh perhatian dari beberapa pihak, seperti khalayak, klien, media, dan sebagainya. Salah satu tujuan pelaksanaan *event* adalah menunjukkan bahwa perusahaan memiliki tanggung jawab terhadap lingkungan sosial yang dimilikinya (Ruslan, 2010).

Event juga dikatakan sebagai suatu kegiatan yang direncanakan dengan tepat untuk mencapai suatu kepentingan atau tujuan tertentu (Halsey, 2010). Dalam merencanakan dan menyelenggarakan *event*, pengelola *event* wajib menyusun detail rencana dan pengelolaan *event* supaya dapat dilaksanakan dengan lancar (Shone & Parry, 2010, p. 48).

Mahasiswa melakukan praktik kerja magang di sebuah *Creative Hub* bernama Creative Nest Indonesia. Posisi yang ditempati selama praktik kerja magang di Creative Nest Indonesia adalah sebagai *Event & Content Planner*. Hal yang menjadi fokus selama kerja magang adalah mempelajari bagaimana

merencanakan sebuah *event* mulai dari *pre-event*, *event*, sampai *post-event* melalui proses perencanaan yang baik, sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan, dan ilmu tersebut yang nanti dapat diimplementasikan oleh mahasiswa ke depannya.

1.2. Tujuan Kerja Magang

Berdasarkan latar belakang di atas, maka pelaksanaan kerja magang memiliki tujuan untuk:

1. Mengetahui proses implementasi sebuah *event planning* secara praktis di lapangan pekerjaan.
2. Mendapatkan pengalaman dan wawasan seputar dunia kerja, terutama dalam lingkup Creative Nest Indonesia.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan magang yang dilakukan di Creative Nest Indonesia berlangsung dengan minimal 60 hari kerja atau sekitar 3 bulan, terhitung dari tanggal 14 Agustus – 11 November 2020. Selama pelaksanaan magang, waktu efektif kerja yang dilakukan adalah 5 hari dalam seminggu, dengan tambahan yang disesuaikan dengan jadwal pelaksanaan *event*. Dalam pelaksanaan magang di bulan Agustus, mahasiswa sempat melakukan kerja magang secara *Work From Home (WFH)* yang berlangsung secara bergantian dengan kegiatan *Work From Office (WFO)* dengan alasan Creative Nest Indonesia mengikuti anjuran Pemerintah tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Pada saat melaksanakan magang secara *Work From Home (WFH)*, mahasiswa melakukan koordinasi tugas melalui grup di media sosial *whatsapp* dan melakukan *meeting report* menggunakan aplikasi *Zoom*. Jam kerja selama proses pelaksanaan kerja magang adalah pukul 10.00 hingga 18.00. Pada saat pelaksanaan magang juga diharapkan hadir dalam setiap penyelenggaraan *event* oleh Creative Nest Indonesia walaupun di luar hari kerja (Senin-Jumat) maupun setelah jam kerja. Ketentuan hari dan jam pelaksanaan kerja magang dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1.1 Jadwal Kegiatan Magang

Hari Kerja	Jam Kerja	Jam Istirahat
Senin - Jumat	10.00 – 18.00	12.00 – 13.00
Sabtu	Fleksibel	-

1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Magang

Prosedur pelaksanaan kerja magang berlangsung sebagai berikut:

Gambar 1.2 Prosedur Kerja Magang



Pengiriman *Curriculum Vitae* (CV) dilakukan mahasiswa pada tanggal 2 Juli 2020 ke alamat *email* info@creativenest.co.id milik Creative Nest Indonesia. Tahap selanjutnya adalah menunggu panggilan *interview*. Setelah mendapatkan

panggilan, mahasiswa melakukan *interview* melalui panggilan telepon pada tanggal 6 Juli 2020. Lalu diterima untuk mulai melakukan kerja magang pada tanggal 10 Juli 2020. Setelah itu memulai kerja magang pada tanggal 22 Juli 2020 dan selesai pada tanggal 30 November 2020.