

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penelitian merupakan aspek penting bagi sebuah instansi perguruan tinggi. Hal ini sejalan dengan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 Pasal 45 tentang Pendidikan Tinggi, menyebutkan bahwa penelitian dalam perguruan tinggi bertujuan untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan daya saing bangsa. Aktivitas penelitian perlu dikelola dengan baik mulai dari menentukan masalah atau hal-hal yang memiliki potensi isu sosial, yang kemudian dimulai dari membuat rumusan masalah, melakukan kajian teori, mengumpulkan data yang diperlukan, hingga membuat kesimpulan berdasarkan hasil pengujian data. Program studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara mencanangkan pentingnya penelitian yang bermutu dan memberi kemanfaatan baik secara akademis maupun praktis. Oleh karena itu program studi mewajibkan setiap dosen melakukan riset sesuai kompetensi yang dimiliki. Riset yang dilakukan oleh para akademisi harus mengacu pada *roadmap* Fakultas dan Universitas. *Roadmap* menjadi dasar penting penelitian dan memberikan arah bagi setiap riset yang dilakukan oleh para akademisi maupun mahasiswa.

Kerja Magang (*internship*) merupakan satu kewajiban akademis yang harus digenapi oleh setiap mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara (UMN). Tahun ini, universitas membuka kesempatan magang bagi mahasiswa yang tertarik dalam bidang penelitian pada program yang bertajuk proyek independen. Dibukanya proyek independen yaitu dilatarbelakangi oleh kegiatan penelitian yang dilakukan oleh program studi selain itu, antisipasi universitas bagi mahasiswa yang belum mendapatkan tempat, dikarenakan masa pandemi yang menyebabkan beberapa korporasi menutup program magang untuk sementara waktu. Dengan latar belakang ini peserta kerja magang tertarik untuk melakukan magang dalam penelitian, yang berperan membantu dosen di dalam melakukan dan mengelola riset. Peserta kerja magang memilih topik penelitian dalam bidang komunikasi lingkungan, yaitu yang berjudul Pola Hubungan *Green Marketing, Environment Conciousness, Purchase Behaviour* Pembelian Produk-Produk Air

Dalam Kemasan dan Busana pada Masyarakat Metropolitan di Generasi X, Y, dan Z. Penelitian yang diikuti peserta magang dibimbing dan disupervisi oleh dosen program studi ilmu komunikasi. Dalam penelitian ini, peserta magang berperan sebagai asisten penelitian yang bertugas untuk mengumpulkan data dan mengolah data.

Secara garis besar tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pola hubungan masyarakat metropolitan pada generasi X, Y, dan Z terhadap perilaku pembelian barang sehari-hari seperti Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) dan Pakaian. Perilaku masyarakat dalam melakukan kegiatan sehari-hari semakin hari menambah suatu permasalahan baru bagi lingkungan akhir-akhir ini. Awal tahun 2020, organisasi-organisasi dunia seperti *World Economic Forum* (WEF), WWF, dan PBB sangat gencar menginformasikan adanya perubahan iklim yang terjadi serta dampak nyata yang dirasakan oleh manusia. Isu lingkungan hidup ini menjadi salah satu faktor risiko global jangka panjang bagi para pebisnis, investor, dan pembuat kebijakan – dilansir dari katadata.co.id (Heri Widowati, 2020).

Semakin bertambahnya jumlah sektor bisnis dari tahun ke tahun, mendorong perusahaan dan korporasi untuk mengedepankan keamanan produksi terhadap lingkungan. Hal ini ditunjukkan secara global dengan adanya konsep *green marketing*. Dari segi komunikasi, konsep *green marketing* memiliki tujuan untuk menyampaikan strategi pemasaran produk oleh perusahaan atau korporasi untuk menjawab kebutuhan konsumen yang memiliki sikap peduli dengan lingkungan hidup.

Penelitian ini menggabungkan antara metode penelitian kuantitatif dan metode kualitatif metode campuran (*mix-method*) untuk digunakan bersama – sama dalam suatu kegiatan penelitian, sehingga diperoleh data yang lebih komprehensif, valid, reliabel, dan obyektif (Sugiyono, 2017, p.19). Model penelitian yang digunakan adalah model urutan pembuktian (*sequential explanatory*).

Peserta kerja magang berperan mengumpulkan data kuantitatif pada fase pertama, menganalisis hasilnya, kemudian menggunakan hasilnya untuk melanjutkan fase kedua, yaitu kualitatif untuk melengkapi dan membuktikan hasil

penelitian pada fase pertama. Durasi yang diperlukan peserta kerja magang untuk melakukan pengumpulan dan pengolahan data ini selama 60 hari.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Pelaksanaan proyek magang dalam penelitian ini memberikan pengalaman baru bagi peserta kerja magang. Terutama pada ketertarikan peserta kerja magang dalam riset topik isu lingkungan yang diangkat, serta metode campuran dalam penelitian yang digunakan. Berikut adalah tujuan kerja magang:

1. Mengetahui aktivitas manajemen riset di perguruan tinggi khususnya di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
2. Mengimplementasikan ilmu teoritis dan praktis yang didapatkan selama perkuliahan terutama di bidang manajemen riset atau penelitian.
3. Mengasah keterampilan melalui kerjasama tim di bidang manajemen riset, terutama terkait topik-topik yang berkaitan erat dengan ranah komunikasi, melalui tugas-tugas yang diberikan serta koordinasi yang dilakukan.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Proyek Independen ini dilakukan dengan durasi 60 hari terhitung sejak KM – 02 dikeluarkan, yaitu 12 Agustus 2020 s.d 6 November 2020. Pelaksanaan kerja magang ini dilakukan pada jarak jauh (*work from home*), dilakukan pada waktu kerja Senin–Jumat dengan waktu fleksibel pada jam 09.00 s.d 17.00 WIB.

Pemberian tugas magang diberikan oleh Citra Indah Lestari selaku pembimbing lapangan serta ketua pelaksana dalam penelitian ini, yang kemudian dibantu oleh Angga Ariestyra dan Helga Liliani sebagai anggota tim peneliti yang juga membimbing pekerjaan peserta kerja magang. Pekerjaan magang tidak hanya seputar mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam metode penelitian, tetapi juga melibatkan pihak eksternal untuk diundang dalam diskusi terpusat.

Adapun prosedur magang yang diikuti sebagai berikut:

1. Penulis mengajukan kegiatan magang dengan mengisi Kartu Magang (KM-01) yang dibagikan oleh pihak program studi melalui email dalam bentuk tautan Google Form.
2. Penulis mendapatkan Kartu Magang (KM-02) sebagai surat pengantar

pada Prodi Ilmu Komunikasi untuk menjalankan kerja magang dalam proyek independen penelitian pada tanggal 12 Agustus 2020. Sekaligus memulai kerja magang hari pertama.

3. Penulis mengirimkan data untuk keperluan administrasi seperti *scan* KTP, KTM, KM-02, CV, serta masa durasi penelitian melalui email.
4. Penulis menghubungi dosen penelitian untuk membahas topik penelitian yang dilakukan dan tugas peserta kerja magang sebagai asisten peneliti.
5. Penulis melakukan kegiatan magang di proyek penelitian selama 60 hari.
6. Penulis menyusun laporan magang dan melakukan bimbingan dengan Ibu Lolita selaku dosen pembimbing sebagai bentuk pertanggungjawaban terhadap Universitas yang kemudian dipresentasikan dalam sidang magang.