



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

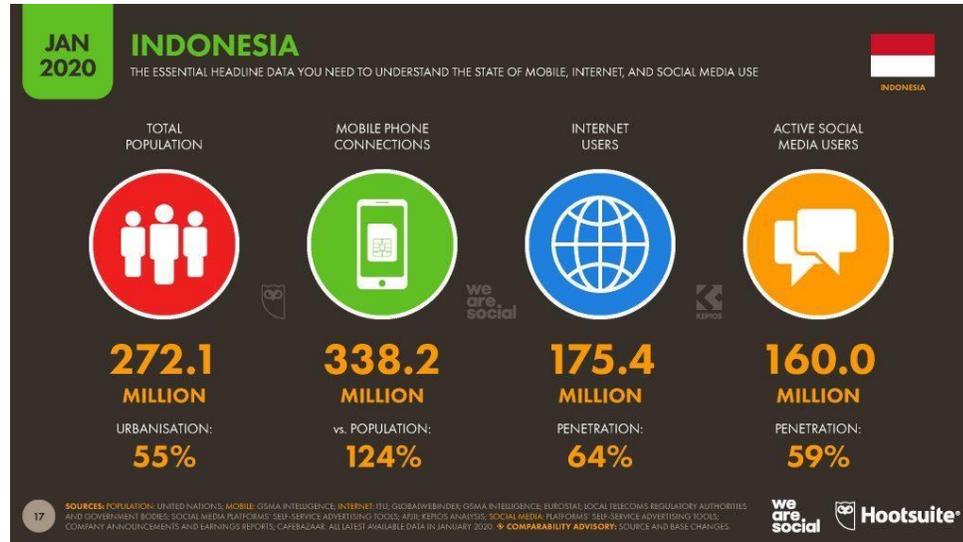
BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan penggunaan internet penduduk Indonesia dari tahun ke tahun memperlihatkan angka yang kian menakjubkan. Menurut data yang dikeluarkan oleh perusahaan asal Kanada bernama Hootsuite yang berkecimpung dalam manajemen media sosial dan perusahaan Creative Agency asal Inggris bernama We Are Social, dari total populasi penduduk Indonesia yang mencapai 274,9 juta jiwa per Januari 2021, jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai angka 202,6 juta jiwa atau sekitar 73,7 % dari total populasi penduduk Indonesia. Jumlah ini mengalami peningkatan sekitar 15,5% atau sekitar 27,2 juta jiwa jika dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun lalu dengan jumlah pengguna mencapai 175,4 juta jiwa. Peningkatan jumlah pengguna internet juga diikuti dengan peningkatan jumlah pengguna yang mengakses media sosial secara aktif. Melansir dari data yang sama, jumlah pengguna yang mengakses media sosial secara aktif sebanyak 170 juta pengguna per Januari 2021, mengalami peningkatan sebesar 6,25 % dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun lalu dengan perolehan angka sebesar 160 juta jiwa.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



(Sumber : <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>)

Gambar 1.1 Data mengenai penggunaan internet & sosial media di Indonesia Januari 2020

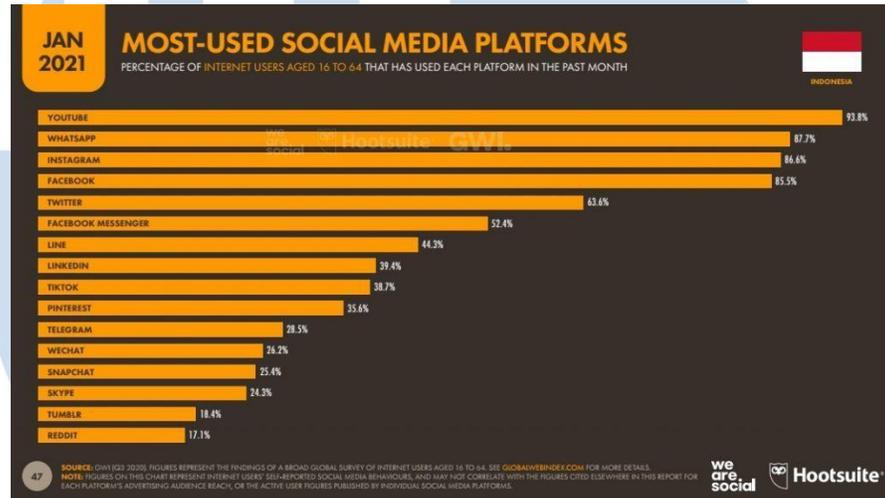


(Sumber : Hootsuite-We are Social Indonesian Digital Report 2021)

Gambar 1.2 Data mengenai penggunaan internet & sosial media di Indonesia Januari 2021

Perkembangan internet dan media sosial di Indonesia tak lepas dari makin maraknya pembangunan infrastruktur dan edukasi yang dilakukan oleh pemerintah guna menunjang pemerataan akses internet yang dapat dinikmati penduduk Indonesia, seperti penyelesaian pembangunan jaringan backbone dengan palapa ring yang berbasis serat optik serta program pemerintah dalam meningkatkan literasi digital masyarakat. Kotler dan Keller (2016, p. 642), mengungkapkan penjabaran

mengenai konsep media sosial sebagai salah satu wadah konsumen guna berbagi informasi, baik berwujud teks, gambar, audio, dan video kepada orang lain, perusahaan maupun sebaliknya. Berbagai media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, dan Whatsapp.



(Sumber : Hootsuite-We are Social Indonesian Digital Report 2021)

Gambar 1.3 Data mengenai *platform* media sosial yang paling populer di Indonesia Januari 2021

Jika menilik data diatas, Youtube merupakan media sosial paling populer di Indonesia dengan jumlah pengguna sebesar 93,8% dari populasi, diikuti oleh Whatsapp dengan perolehan angka 87,7 dari populasi, kemudian dibuntuti oleh Instagram dengan jumlah pengguna mencapai 86,6% dari populasi, dan kemudian dibayang-bayangi oleh Facebook dengan pengguna mencapai 85,5%.

Belakangan ini, media sosial tidak hanya digunakan sebagai ajang saling berkomunikasi dan berinteraksi antar sesama pengguna saja, tetapi juga dimanfaatkan oleh perusahaan sebagai sarana memasarkan produk maupun jasa mereka kepada calon konsumen. Begitu besarnya perkembangan pengguna media sosial di tanah air menjadi peluang sekaligus kesempatan bagi perusahaan dari berbagai sektor, termasuk dari sektor industri kreatif agar dapat memberikan informasi mengenai seperti apa perusahaan mereka, produk maupun jasa yang mereka tawarkan, *value* apa yang mereka berikan, dan usaha dalam membangun reputasi atau *image* positif di benak masyarakat luas.

Menurut Departemen Perdagangan Republik Indonesia (2009, h. 5) “industri

kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan, serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan memberdayakan daya kreasi dan cipta individu tersebut.” Sementara itu, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif merilis 17 Subsektor yang berkecimpung dalam dunia ekonomi kreatif, diantaranya adalah 1.) Pengembang Permainan, 2.) Kriya, 3.) Desain Interior, 4.) Musik, 5.) Seni Rupa, 6.) Desain Produk, 7.) Fesyen, 8.) Kuliner, 9.) Film, Animasi, dan Video, 10.) Fotografi, 11.) Desain Komunikasi Visual, 12.) Televisi dan Radio, 13.) Arsitektur, 14.) Periklanan, 15.) Seni Pertunjukkan, 16.) Penerbitan, 17.) Aplikasi

Dari ke - 17 subsektor bisnis ekonomi kreatif, sektor arsitektur merupakan salah satu subsektor yang menjadi perhatian pemerintah dalam upaya mengembangkan potensinya pada masa yang akan datang. Subsektor tersebut berjasa dalam pembangunan kota dan menampilkan karakter bangsa yang mempunyai keanekaragaman budaya dari berbagai daerah. Secara umum, sektor arsitektur mempunyai tugas yang bersinggungan dengan *design* suatu bangunan, perencanaan konstruksi bangunan, pengawasan konstruksi, dan konservasi bangunan warisan. Di Indonesia, terdapat banyak perusahaan yang berkecimpung dalam sektor ini, baik perusahaan yang telah malang melintang di dunia arsitektur maupun perusahaan rintisan yang baru berdiri dalam jangka waktu yang belum lama. Salah satu perusahaan yang baru merintis untuk terjun di dunia arsitektur dan desain interior adalah Intuisi Interior Architecture & General Contractor.

Sebagai sebuah perusahaan yang baru merintis dan belum mempunyai reputasi yang cukup bagus guna bersaing dengan perusahaan yang telah lama berjalan, Intuisi Interior Architecture & General Contractor memiliki kesadaran untuk memanfaatkan media sosial sebagai salah satu sarana memperkenalkan diri dengan calon konsumen mereka. Dalam hal ini, Intuisi akan memaksimalkan peranan media sosial Instagram sebagai salah satu ujung tombak *branding* perusahaan. Pembuatan konten Instagram yang menarik, berkualitas, dan tertata dengan rapi nantinya dilakukan Intuisi sebagai cara membangun eksistensi dan reputasi di dunia maya sebagai perusahaan yang memiliki tata kelola yang baik dan berorientasi pada kepuasan konsumen.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Program kerja magang yang dilakukan oleh penulis di CV. Intuisi Studio memiliki beberapa tujuan yang hendak dicapai, di antaranya adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana cara pengelolaan media sosial Instagram Intuisi Interior Architecture Consultant & General Contractor
2. Untuk mengimplementasikan pengetahuan dan teori yang sudah diperoleh di kampus ke dalam dunia kerja.
3. Untuk meningkatkan kemampuan dan *skill* mahasiswa dalam bekerja sama dengan *team*.

A large, light blue watermark logo of Universitas Multimedia Nusantara (UMMN) is centered on the page. It consists of the letters 'UMMN' in a bold, rounded, sans-serif font.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Mahasiswa melakukan program kerja magang selama 3 bulan, atau setara dengan 60 hari kerja, terhitung mulai dari tanggal 01 September 2021 hingga 01 Desember 2021. Lokasi magang mahasiswa bertempat di CV. Intuisi Studio, Jalan Raya Candi Lontar 22 A No. 34, Manukan Kulon, Kec. Tandes, Kota Surabaya, Jawa Timur. Pandemi Covid-19 yang masih belum terkendali membuat mahasiswa menjalani praktek kerja magang dengan kombinasi dua metode, yaitu WFO (*Work From Office*) dan WFH (*Work From Home*). Selama kurang lebih empat minggu pertama, terhitung dari tanggal 1 September hingga 24 September 2021, jadwal praktek kerja magang dilakukan sebagai berikut:

Tabel 1.1 Jadwal Praktek Kerja Magang 1 September- 24 September 2021

| Hari Kerja Magang | Jam Kerja Magang | Metode Magang |
|--------------------------|-------------------------|-------------------------|
| Senin | 08.00-16.00 | <i>Work From Home</i> |
| Selasa - Jumat | 08.00-16.00 | <i>Work From Office</i> |

(Sumber: Data Olahan Penulis, 2021)

Namun, setelah tanggal 27 September 2021, jadwal praktek kerja magang mengalami perubahan karena kota Surabaya berada pada level 3 PPKM Covid-19 sehingga CV. Intuisi Studio membuat kebijakan dengan mengurangi jumlah mahasiswa *internship* yang masuk kantor. Kebijakan tersebut membuat mahasiswa mengalami perubahan jadwal praktek kerja magang, yang sebagaimana akan tertera pada tabel dibawah ini:

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Tabel 1.2 Jadwal Praktek Kerja Magang mulai 27 September

| Hari Kerja Magang | Jam Kerja Magang | Metode Magang |
|--------------------------|-------------------------|-------------------------|
| Senin, Selasa, Kamis | 08.00-16.00 | <i>Work From Home</i> |
| Rabu & Jumat | 08.00-16.00 | <i>Work From Office</i> |

(Sumber: Data Olahan Penulis, 2021)

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Sebelum melaksanakan praktek kerja magang, mahasiswa dibekali beberapa prosedur kegiatan magang yang harus dilalui satu persatu. Berikut ini adalah tahapan yang harus ditempuh mahasiswa sebelum memulai praktek kerja magang:

1. Tahap Pra Magang

- a. Mahasiswa harus memenuhi persyaratan akademik agar dapat mengikuti praktek kerja magang, diantaranya adalah:
 - 1) Teregistrasi sebagai mahasiswa aktif di UMN.
 - 2) Telah lulus sekurang-kurangnya 110 SKS dengan nilai D maksimal 2 (dua) mata kuliah.
 - 3) Nilai IPK pada semester yang telah ditempuh tidak kurang dari 2,50
 - 4) Tidak ada nilai E dan F pada semua mata kuliah.
 - 5) Pengajuan KM-01 dengan membawa transkrip nilai sampai semester terakhir sebelum magang dan/atau dokumen lain yang diperlukan.
- b. Setelah memenuhi persyaratan akademik yang telah ditetapkan oleh pihak kampus, mahasiswa bergegas mencari informasi mengenai lowongan kerja magang (*internship*) yang diselenggarakan oleh banyak perusahaan melalui berbagai *platform* media sosial (Instagram, LinkedIn, Website, dll).
- c. Mengirimkan file *Curriculum Vitae* (CV) ke beberapa perusahaan yang memiliki lowongan posisi *internship* yang dirasa cocok oleh mahasiswa, salah satunya adalah CV. Intuisi Studio.

- d. Mendapatkan panggilan *interview* dari CV. Intuisi Studio mengenai praktek kerja magang yang hendak dilakukan.
- e. Setelah mendapatkan pemberitahuan bahwa mahasiswa diterima untuk melakukan praktek kerja magang di CV. Intuisi Studio, mahasiswa lantas mengajukan permohonan form praktek kerja magang (KM-01) kepada Universitas Multimedia Nusantara pada tanggal 18 Agustus 2021.
- f. Menerima *feedback* dari pihak kampus berupa lampiran file KM-02 pada tanggal 20 Agustus 2021 yang digunakan sebagai Surat Pengantar Kerja Magang yang sudah ditandatangani oleh Kepala Program Studi yang ditujukan kepada perusahaan tempat mahasiswa melakukan praktek kerja magang.
- g. Mahasiswa mengirimkan file penerimaan praktek kerja magang (KM-03) dari CV. Intuisi Studio kepada pihak Universitas Multimedia Nusantara.

2. Tahap Pelaksanaan Magang

- a. Setelah mengurus berbagai prosedur yang harus dilalui sebelum melaksanakan kegiatan praktek magang, mahasiswa mendapatkan beberapa lampiran file berupa kartu kerja magang, kemudian formulir untuk daftar absensi selama kegiatan magang, formulir penilaian praktek magang yang pada akhirnya akan ditandatangani oleh pembimbing lapangan.
- b. Melakukan kegiatan praktek kerja magang secara resmi dari tanggal 1 September 2021 hingga 1 Desember 2021.
- c. Selama melaksanakan proses kerja magang yang berlangsung selama tiga bulan, mahasiswa diwajibkan untuk mematuhi peraturan yang berlaku di perusahaan, menuntaskan setiap tugas yang diberikan, dan beradaptasi dengan lingkungan dan rekan kerja yang baru.
- d. Langkah terakhir pelaksanaan kegiatan praktek kerja magang adalah penyusunan Laporan Kerja Magang yang berhubungan dengan seluruh kegiatan mahasiswa selama mengikuti praktek kerja magang di CV. Intuisi Studio. Selama menjalani pengerjaan Laporan Kerja magang ini,

- mahasiswa melakukan bimbingan dengan dosen yang sudah ditetapkan sebelumnya oleh pihak Program Studi Ilmu Komunikasi agar sistematis penulisan Laporan Kerja Magang sesuai dengan ketentuan dan struktur laporan kerja yang telah ditetapkan oleh Universitas Multimedia Nusantara.
- e. Setelah menuntaskan penulisan Laporan Kerja Magang, mahasiswa menyerahkan hasil akhir Laporan Kerja Magang kepada Pembimbing Lapangan dan meminta Pembimbing Lapangan untuk melengkapi file Kartu Magang (KM). Adapun file Kartu Magang yang dilampirkan adalah KM-04 yang berisi absensi kehadiran mahasiswa selama mengikuti kerja magang, kemudian KM-05 yang memuat Laporan Realisasi Kerja Magang, kemudian KM-06 yang berisi Penilaian Kerja Magang, dan yang terakhir adalah KM-07 yang berisi Verifikasi Laporan Magang. Setelah itu, mahasiswa mendapatkan surat pernyataan resmi dari pihak CV. Intuisi Studio yang berisi pernyataan bahwa mahasiswa telah menyelesaikan masa praktek kerja magang.
- f. Laporan Kerja magang yang telah selesai ditulis selanjutnya akan diperiksa kembali oleh dosen pembimbing untuk mendapatkan validitas dan persetujuan. Laporan yang telah mendapatkan persetujuan nantinya akan dikumpulkan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Setelah melengkapi segala persyaratan yang telah ditentukan, pihak program studi akan menjadwalkan ujian kerja magang. Tahapan terakhir yang dilakukan mahasiswa adalah mengikuti ujian kerja magang dengan mempresentasikan dan mempertanggungjawabkan hasil laporannya yang telah ditulis kepada dosen penguji dan dosen pembimbing.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A