



### **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 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan suatu negara yang terus mengalami perkembangan baik pada bidang Sumber Daya Manusia (SDM), teknologi, hingga keberagaman dalam hal kreativitas. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), teknologi sendiri memiliki arti untuk mencapai tujuan praktis, ilmu pengetahuan terapan atau keseluruhan sarana untuk menyediakan barang-barang yang diperlukan bagi kelangsungan dan kenyamanan hidup manusia.

Dengan berkembangnya keberagaman tersebut di dunia ini, memacu setiap negara untuk terus mengikuti perkembangan yang ada. Contohnya saja dari kegiatan mendasar yaitu berdagang yang dulunya semua harus memiliki toko, melakukan promosi dari pintu ke pintu, juga operasional secara manual. Seiring berkembangnya teknologi, semuanya menjadi serba digital dan lebih praktis. Dapat dilihat mulai dari adanya toko *online*, kegiatan promosi melalui media digital, hingga operasional yang sudah diatur lengkap oleh sistem.

Dunia usaha yang berkembang cukup pesat dapat mempengaruhi kegiatan lain yang berkaitan. Salah satu yang terpengaruh oleh perkembangan dunia usaha yaitu industri kreatif. Industri kreatif merupakan sebuah industri dengan unsur utama yaitu kreativitas, keahlian, dan talenta yang berpotensi meningkatkan kesejahteraan melalui penawaran kreasi intelektual. Dalam hal ini, industri kreatif dapat juga disebut dengan sebuah industri masa depan yang berpegang pada daya kreasi manusia (saranailmu, 2019).

Pada saat ini, masa pandemi mempengaruhi pertumbuhan industri kreatif. Sebagai industri kreatif yang terutama bergerak pada media iklan membuat adanya keadaan naik turun semenjak pandemi. Hal itu tentu berdampak pada industri kreatif, namun dapat diyakini oleh Menaker Ida bahwa perusahaan kreatif mampu menghadapi tantangan pandemi dengan cara-cara yang kreatif (Kurniawan, 2021).

Industri kreatif sangat beragam, dengan adanya keberagaman tersebut membuat setiap industri memiliki tantangan dengan keunikan masing-masing yang mampu mengatasi adanya penurunan aktivitas pada masa pandemi. Keberagaman yang ada tentu menjadi suatu tantangan bagi industri kreatif untuk dapat menyesuaikan keadaan dan keinginan dari setiap kegiatan usaha. Hal itu yang menjadikan sebuah industri kreatif dapat terpilih dan dipercaya oleh klien.

Di Indonesia sendiri, sudah banyak industri kreatif yang berhasil memunculkan inovasi serta menjadi bagian dari faktor perkembangan negara. Dengan dorongan dari minat klien yang terus memberikan tantangan untuk industri kreatif semakin berkembang, adapula daya tarik dari setiap tim untuk terus membangkitkan keinginan dalam berkreasi. Tidak hanya itu, peluang dalam berbisnis dan berinovasi juga terus bermunculan dengan adanya faktor perubahan zaman hingga perkembangannya. Salah satu perusahaan kreatif yang berkembang di Indonesia merupakan anak perusahaan dari HakuHodo, yaitu Hybrid:H.

Hybrid:H merupakan salah satu perusahaan kreatif yang bergerak di bidang periklanan. Dengan berpegang pada keunikan yang dimiliki, Hybrid:H sukses pada bidang periklanan bahkan sejak perusahaan tersebut dibangun. Sebagai perusahaan kreatif yang berhasil di Indonesia, Hybrid:H telah mendapatkan berbagai penghargaan yang sesuai dengan hasil yang telah dicapainya. Dengan adanya berbagai penghargaan tersebut, membuat salah satu anak perusahaan HakuHodo tersebut terus aktif meningkatkan dan mengembangkan inovasi yang telah dimilikinya.

Dalam menghadapi adanya persaingan antar perusahaan kreatif, Hybrid:H menggunakan berbagai strategi unik agar dapat terus bersaing. “*The Hybrid Way*” menjadi salah satu keunggulan yang dimiliki oleh perusahaan kreatif ini. Maksud dari kalimat tersebut yaitu sebagai perusahaan kreatif, Hybrid:H terus berusaha memberikan jawaban dan solusi terbaik dengan menciptakan ide yang relevan namun tidak terpikirkan dari sudut pandang holistik.

Kegiatan yang dilakukan Hybrid:H layaknya perusahaan kreatif lain namun yang membedakan yaitu konsep yang diciptakannya. Nama perusahaan diambil dari kata *Hybrid* yang berarti kolaborasi. Tujuannya yaitu diharapkan

adanya kolaborasi yang baik antara tim dari berbagai divisi untuk dapat menciptakan konsep unik yang dapat direalisasikan ke dunia nyata.

Kegiatan tersebut antara lain menerima dan berkonsultasi pada klien secara *detail*, berdiskusi dengan tim untuk mengumpulkan *insights* terkait minat klien, merancang konsep ide kreatif, merealisasikan dalam bentuk digital, hingga *finishing* ide ke dalam dunia nyata yang pastinya sudah disetujui oleh klien tersebut.

Dengan adanya penjelasan di atas, peran *marketing communication* yang didapat melalui divisi kreatif menjadi hal yang penting dalam mengelola komunikasi yang lebih strategis pada bidang periklanan. Hal tersebut menimbulkan alasan yang ideal untuk melakukan praktik kerja magang di Hybrid:H. Dalam praktik kerja magang kali ini, fokus yang diambil yaitu pada aktivitas *copywriting*. Aktivitas *copywriting* yang ada pada perusahaan kreatif menjadi salah satu kunci dalam strategi periklanan. Menurut Asiani (2020), *copywriting* merupakan komponen dari iklan yang tidak dapat dipisahkan atau berdiri sendiri. Jika iklan memadukan unsur kreativitas antara tulisan, kata-kata, bahasa, ilustrasi, baik berupa gambar atau video, maka *copywriting* merupakan narasi atau bahasa berupa tulisan yang digunakan pada iklan tersebut. Peran yang dimiliki *copywriter* memiliki tujuan untuk mengenalkan produk atau jasa yang diciptakan perusahaan kepada target pasarnya. Ada pula tujuan melakukan praktik kerja magang yaitu agar mendapatkan pengalaman dengan merealisasikan apa yang telah dipelajari pada saat perkuliahan.

## **1.2 Tujuan Kerja Magang**

Praktik kerja magang merupakan salah satu kegiatan wajib yang harus ditempuh oleh mahasiswa guna mendapatkan pengalaman serta pengetahuan mengenai dunia kerja sebelum nantinya terjun langsung di dunia nyata secara resmi. Universitas Multimedia Nusantara memiliki ketentuan yang menjadi salah satu syarat kelulusan semester 7 yaitu dengan mengikuti praktik kerja magang yang diharapkan dapat berguna dalam hal penerapan ilmu komunikasi yang telah dipelajari selama kuliah.

Dengan mengikuti praktik kerja magang, tentu mengharapkan adanya tujuan yang bisa dicapai, antara lain:

1. Mempelajari aktivitas *copywriting* dalam *Creative Team* di Hybrid:H dengan menerapkan pembelajaran ilmu komunikasi strategis di dalam suatu proyek.
2. Meningkatkan kemampuan *copywriting* dalam mengolah kata hingga menjadi suatu kalimat persuasif yang tentunya dapat sesuai dengan keinginan klien.
3. Memahami sistem kerja di industri kreatif di Hybrid:H serta menjalin relasi yang baik dengan pembimbing lapangan juga rekan dari *Creative Team*.

### **1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Waktu dan prosedur pelaksanaan praktik kerja magang menyesuaikan dengan yang telah ditetapkan oleh Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Dalam hal ini, waktu pelaksanaan yaitu minimal enam puluh hari kerja atau tiga bulan. Prosedur yang dijalani mengikuti arahan pada saat bimbingan pra magang.

#### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Praktik kerja magang dilakukan dengan periode kerja sekitar tiga bulan dimulai tanggal 1 September 2021 hingga 30 November 2021. Praktik kerja magang dilaksanakan secara daring atau *work from home* dengan tujuan menaati peraturan dari pemerintah selama masa pandemi belum berakhir. Selain itu, jam kerja magang yang sudah disepakati oleh bersama adalah sebagai berikut:

Hari kerja : Senin-Jumat

Jam kerja : 10.00-19.00 WIB

Praktik kerja magang dilaksanakan setiap *weekdays* namun tidak menutup kemungkinan jika ingin berdiskusi di *weekends*. Jam praktik kerja magang memang

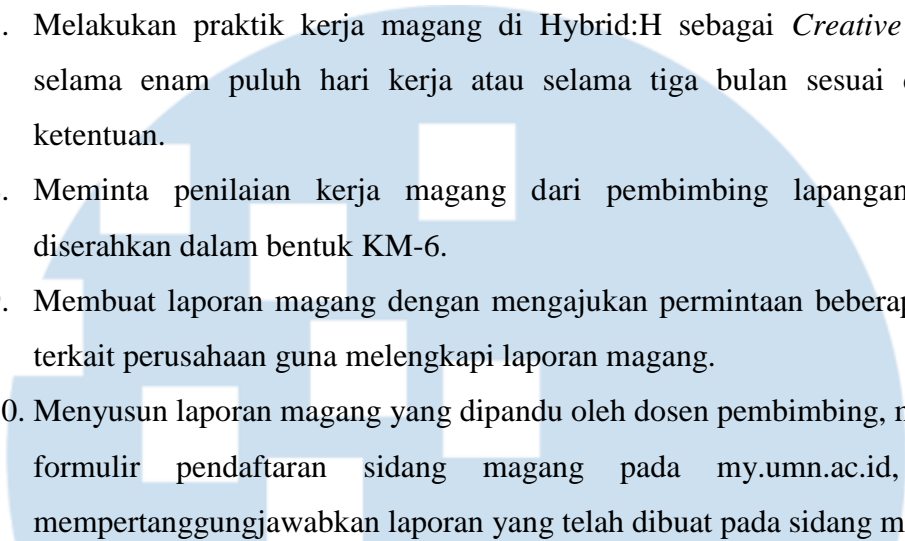
sudah ditentukan namun juga bisa dibilang fleksibel karena mengikuti jadwal perkuliahan serta jadwal diskusi yang telah dirundingkan.

### 1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur pelaksanaan praktik kerja magang dilakukan menyesuaikan dengan mahasiswa pada umumnya, namun terdapat sedikit perbedaan. Hal itu dikarenakan adanya *privilege* berupa hadiah lomba yaitu berkesempatan magang di tiga perusahaan terpilih dan akhirnya mendapatkan kesempatan di bagian perusahaan Hybrid:H.

Berikut merupakan prosedur pelaksanaan praktik kerja magang yang telah lalui, antara lain:

1. Mengikuti *briefing* magang dari Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah diselenggarakan pada tanggal 29 April 2021 secara daring dan bersifat wajib bagi mahasiswa yang akan mengambil mata kuliah *internship*.
2. Pada saat penyelenggaraan pengisian Kartu Rencana Studi (KRS) tanggal 2 Agustus 2021, mahasiswa wajib mengambil mata kuliah *internship* dengan jumlah 4 satuan kredit.
3. Dikarenakan sudah mendapatkan hadiah berupa kesempatan magang di Hybrid:H, secara otomatis sudah menjadi bagian dari *internship* di perusahaan tersebut.
4. Menyiapkan dokumen terkait keperluan magang dan mengisi Formulir Pengajuan Kerja Magang (KM 01) kepada pihak Universitas Multimedia Nusantara terkait pemberlakuan praktik kerja magang.
5. Setelah mendapat persetujuan dari pihak kampus dan mendapat KM 02, dilakukan pengiriman berkas-berkas terkait kepada perusahaan Hybrid:H dan mendapatkan surat penerimaan secara resmi.
6. Mengunduh KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Kehadiran Kerja Magang), formulir KM-05 (Laporan Realisasi Kerja Magang), formulir KM-06 (Penilaian Kerja Magang), dan formulir KM-07 (Lembar Verifikasi Laporan Magang) lewat [my.umn.ac.id](http://my.umn.ac.id).

- 
7. Melakukan praktik kerja magang di Hybrid:H sebagai *Creative Intern* selama enam puluh hari kerja atau selama tiga bulan sesuai dengan ketentuan.
  8. Meminta penilaian kerja magang dari pembimbing lapangan yang diserahkan dalam bentuk KM-6.
  9. Membuat laporan magang dengan mengajukan permintaan beberapa data terkait perusahaan guna melengkapi laporan magang.
  10. Menyusun laporan magang yang dipandu oleh dosen pembimbing, mengisi formulir pendaftaran sidang magang pada [my.umn.ac.id](http://my.umn.ac.id), serta mempertanggungjawabkan laporan yang telah dibuat pada sidang magang.

UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA