

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Internet adalah komunikasi jaringan komunikasi global yang menghubungkan seluruh komputer di dunia meskipun berbeda sistem operasi dan mesin (Ahmadi & Hermawan, p. 8). Menurut Sibero (2011) Internet atau yang merupakan kependekan dari *Inter-connected Network* merupakan sebuah jaringan komputer yang menghubungkan antar komputer secara global. Lebih lanjut dijelaskan pula bahwa internet dapat juga disebut sebagai jaringan alam, yaitu suatu jaringan yang sangat luas.

Internet di era digital saat ini sangat erat kaitannya dalam kehidupan sehari – hari. Mulai dari kalangan muda hingga kalangan dewasa, mayoritas menggunakan internet sebagai media yang membantu dalam mengerjakan dan menghubungkan berbagai aktivitas manusia secara efektif, akurat dan efisien. Pengembangan teknologi informasi yang terus meningkat menyebabkan banyak sekali perubahan yang terjadi mulai dari informasi, komunikasi dan perangkat yang digunakan. Jika awal pengembangan internet digunakan untuk kebutuhan riset militer, maka untuk sekarang cakupannya lebih banyak lagi. Seperti penggunaan untuk bidang pendidikan, sosial, politik, budaya, militer, komunikasi, informasi, bisnis, dan lain sebagainya (Andani, 2020)

Gambar 1.1 Persebaran Penggunaan Media Setiap Hari



Sumber : Kemp, 2021

Penggunaan internet menjadi salah satu faktor penting yang membantu dalam proses belajar dan pembelajaran. Pengguna dapat mengakses dan mendapatkan berbagai informasi terkait dengan modul, artikel, jurnal, pengetahuan umum, hingga kursus yang dilakukan secara *online*. Hal tersebut menyebabkan setiap individu dapat menemukan berbagai hal melalui mesin pencari yang terhubung dengan jaringan internet yang stabil dan baik (Adani, 2021). Saat ini, kehadiran kursus atau bimbingan dan situs pembelajaran *online* telah meningkat pesat. Teknologi informasi yang pesat menjadi salah satu pendorong dalam pertumbuhan kursus *online* tersebut. Selain itu, keadaan pandemi Covid-19 juga menjadi salah satu faktor yang menyebabkan proses pembelajaran harus dilakukan secara daring.

Menurut Kardinata dalam Hermawan (2012) bimbingan belajar (bimbel) adalah proses membantu individu atau siswa untuk mencapai perkembangan yang optimal. Proses membantu individu di sini adalah membantu siswa atau peserta didik yang mengalami masalah-masalah belajar. Bantuan yang dimaksud sesuai dengan tingkat kesulitan yang dihadapi siswa, yang sifatnya relatif menyesuaikan. Data menunjukkan bahwa bimbel yang dilakukan secara daring telah mencapai jutaan orang. Sedangkan menurut Sukardi (2010), layanan bimbingan belajar (pembelajaran), yaitu layanan bimbingan dan konseling yang memungkinkan peserta didik mengembangkan diri berkenaan dengan sikap dan kebiasaan belajar yang baik, materi belajar yang cocok dengan kecepatan dan kesulitan belajarnya, serta berbagai aspek tujuan dan kegiatan belajar lainnya, sesuai dengan perkembangan ilmu, teknologi, dan kesenian.

Pada umumnya, bimbingan belajar (bimbel) dilakukan secara tatap muka, namun seiring dengan pertumbuhan transformasi digital yang semakin pesat, proses bimbingan belajar telah banyak mengarah kepada pelaksanaan secara daring. Kini, pengguna bimbel secara daring telah mencapai jutaan orang. Peningkatan tersebut juga terjadi karena adanya perluasan akses internet di Indonesia (Patrick, 2019).

Salah satu bimbel atau kursus *online* yang sedang bertumbuh secara pesat di era digital seperti sekarang adalah DQLab. DQLab merupakan kursus edukasi data *online* hasil kolaborasi antara Universitas Multimedia Nusantara (UMN) dengan Xeratic. DQLab memiliki tujuan utama, yaitu membantu calon talenta data

atau orang-orang yang tertarik dengan dunia data untuk mempersiapkan diri dalam memulai karier sebagai praktisi data dengan jangkauan profesi *Data Scientist*, *Data Analyst* dan *Data Engineer*. Indonesia kini telah memasuki masa revolusi industri 4.0 yang membuat data menjadi elemen terpenting di dalamnya. Hal ini berpengaruh pada bidang *Big Data* yang semakin diminati dan menjadi tren untuk dipelajari.

Data yang dihasilkan dari laporan *Linkedin* menyebutkan bahwa pekerjaan yang berhubungan dengan data seperti *Data Scientist* menjadi pekerjaan baru yang muncul dan akan berkembang setiap tahunnya. Menurut *World Economic Forum* (WEF) melalui laporan *Prediksi Perkembangan Pasar Tenaga Kerja Tahun 2020-2025*, *data analyst* dan *data scientist* menjadi profesi yang paling banyak dicari di tahun 2025 (Harbani, 2021).

Melihat fenomena tersebut, DQLab mendukung tumbuh kembangnya sumber daya manusia dalam bidang data dengan menyediakan layanan bimbingan secara daring untuk calon talenta dan praktisi data yang memiliki keinginan berkarir pada profesi di industri data. Kini, DQLab telah memiliki lebih dari 95.000 pengguna, lebih dari 30 mitra industri dan 58 modul interaktif.

Mengingat persaingan bisnis di dunia digital semakin hari semakin ketat, khususnya pada sektor pendidikan, kualitas strategi tentu menjadi prioritas utama sebagai modal untuk bersaing dengan kompetitor. Salah satu strategi yang digunakan perusahaan agar dapat bersaing dengan kompetitor adalah dengan menyusun strategi *public relations*, *marketing communications* dan *digital marketing*. Jenkins dalam (Maryam & Priliantini, 2018) menyatakan bahwa, *Public Relations* merupakan tim yang membantu dalam merangkum keseluruhan komunikasi secara terencana, ke dalam maupun luar organisasi dengan publiknya untuk mencapai tujuan-tujuan spesifik. *Public Relations* memiliki berbagai fungsi, yaitu *writing*, *media relations*, *planning*, *counselling*, *researching*, *publicity*, *marketing communication*, *community relations*, *employee relations*, *government affairs*, *investor public relations*, *public affairs and issue management* hingga *website development* dan *web interface* (Seitel, 2013, p. 10-11).

Jika kegiatan *Public Relations* sebelumnya menggunakan informasi pada media-media yang bersifat konvensional seperti surat kabar dan televisi, kegiatan *Public Relations* mulai beralih pada jalur digital yang disebut sebagai *Cyber Public Relations* atau *Digital Public Relations* di tengah meningkatnya teknologi inovasi internet (Aprinta, 2014). Melakukan berbagai kegiatan pemasaran secara digital tentunya mendorong kebutuhan akan peran dari praktisi dalam bidang komunikasi seperti *public relations* dan *marketing communication* untuk menciptakan persona digital yang akan ditampilkan melalui media digital seperti *website* dan media sosial atau media *partner*. Melalui *public relations* dan *marketing communication*, perusahaan dapat membangun komunikasi yang persuasif serta relasi dengan media eksternal untuk meningkatkan penyebaran informasi.

Memiliki fungsi yang beragam dalam sarana digital *Public Relations*, perkembangan atau perubahan perilaku konsumen mendorong adanya lapangan pekerjaan baru, yaitu *Content Writer*. Dalam hal ini, salah satu peran seorang *Content Writer* adalah membuat konten berupa artikel pada *own media* atau media eksternal yang berkolaborasi dengan perusahaan. Pembuatan konten pada media sosial atau *website* masuk ke dalam elemen *online* dan *social media marketing* di mana penulis bertanggung jawab membuat artikel edukasi dan promosi, melakukan wawancara dengan peserta untuk menjadi artikel testimoni, melakukan *monitoring* performa SEO di mana hasilnya dapat dilihat pada *website DQLab.id* serta *website media partner* DQLab sebagai upaya memberikan informasi dan promosi program yang terdapat pada kursus *online* DQLab.

Berdasarkan latar belakang tersebut penulis memilih untuk melakukan praktik kerja magang sebagai *content writer* karena seorang *content writer* memiliki peran penting dalam pembuatan konten artikel dan promosi pada media yang dimiliki oleh suatu perusahaan maupun media yang berkolaborasi dengan perusahaan. Selain itu, dibutuhkan kemampuan yang baik untuk membuat artikel yang efektif dan persuasif pada media digital. DQLab menjadi tempat pilihan untuk melakukan kerja praktik magang didasari oleh keinginan penulis berkontribusi dalam salah satu unit bisnis milik Universitas Multimedia Nusantara. Bergabung dalam melakukan praktik kerja magang di *startup* yang bersifat tersegmentasi

dalam bidang edukasi data menjadi tantangan tersendiri bagi penulis dalam menulis artikel edukasi maupun konten promosi program yang dijalankan.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Pelaksanaan praktik kerja magang merupakan aktivitas wajib untuk menghasilkan mahasiswa yang kompeten di bidangnya. Dengan menjalani praktik kerja magang secara langsung, mahasiswa mendapatkan pengalaman, pengetahuan serta pengenalan dalam lingkungan kerja profesional. Praktik kerja magang ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui aktivitas *content writer* DQLab dalam divisi Public Relations & SEO Analytical.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

Waktu pelaksanaan kerja magang dilaksanakan selama 4 bulan, yakni dimulai pada tanggal 16 Agustus 2021 - 26 November 2021. Laporan ini dibuat dengan praktik kerja magang selama 73 hari. Adapun jam kerja pelaksanaan magang yang telah disepakati oleh perusahaan berlangsung setiap hari Senin hingga Jumat dan dimulai pada pukul 09.00 WIB hingga pukul 17.00 WIB. Pengisian absen mahasiswa praktik kerja magang dilakukan secara digital dan ditandatangani oleh Annisa Widya Davita selaku Supervisi lapangan.

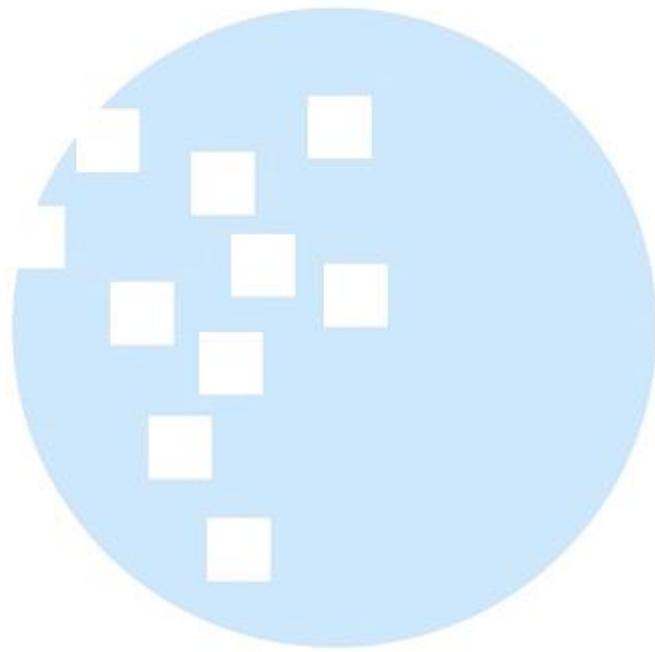
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur dalam pelaksanaan praktik kerja magang terbagi menjadi beberapa tahapan yakni sebagai berikut :

1. Mahasiswa melakukan persiapan untuk pengajuan kerja magang dengan mengirimkan *Curriculum Vitae* (CV) dan *Portofolio* secara

digital melalui *e-mail* ke beberapa perusahaan yang memenuhi standar magang Universitas Multimedia Nusantara, salah satunya adalah DQLab pada tanggal 23 Juli 2021.

2. DQLab memberikan jawaban terkait dengan pengajuan magang melalui *e-mail* pada tanggal yang sama yaitu 23 Juli 2021. Pada tahap ini, DQLab meminta mahasiswa untuk melakukan wawancara. Wawancara tersebut dilakukan pada tanggal 28 Juli 2021 oleh *Public Relations Officer* DQLab dengan mahasiswa.
3. Mahasiswa mendapat penugasan setelah sesi wawancara, yaitu membuat artikel edukatif dan *press release* dengan topik yang telah ditentukan oleh DQLab
4. *Public Relations Officer* DQLab, Annisa Widya Davita, pada tanggal 30 Juli 2021 memberikan pernyataan bahwa mahasiswa diterima untuk melakukan praktik kerja magang di DQLab. Kegiatan tersebut dimulai dengan sesi *briefing* praktik kerja magang pada tanggal 2 Agustus 2021 melalui *google meets* mengenai waktu dan divisi magang.
5. Pengajuan KM-01 kepada universitas yang menyatakan bahwa praktik kerja magang dapat dilaksanakan di DQLab
6. Pada tanggal 13 Agustus 2021, Universitas mengeluarkan surat pengantar kerja magang yang diberikan kepada DQLab.
7. DQLab mengeluarkan surat praktik kerja magang pada tanggal 16 Agustus 2021 untuk diserahkan kepada universitas dengan tujuan agar mahasiswa dapat melanjutkan sesi KM lainnya yaitu kartu kerja magang, kertas absensi, lembar penilaian magang serta dokumen lainnya yang dibutuhkan selama praktik kerja magang berlangsung



UMMN