

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seperti yang kita ketahui tahun 2020 dan 2021 merupakan tahun yang berat bagi banyak negara. Berdasarkan data yang diperoleh dari *website* resmi World Health Organization (Who.int, 2021) Pandemi COVID-19 atau dikenal dengan wabah *coronavirus* melanda hampir seluruh belahan dunia termasuk Negara kita Indonesia. Terkait wabah ini pemerintah Indonesia sempat melakukan beberapa upaya pembatasan mobilitas masyarakat guna meminimalisir penyebaran irus COVID-19 yaitu dengan diadakannya:

- Pemberlakuan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar)
- Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM)

Peraturan tersebut berdampak besar kepada berbagai aspek di Indonesia, terutama aspek ekonomi, baik makro maupun mikro. Tanpa bisa dihindari, segala peraturan pemerintah guna menghambat penyebaran virus COVID-19 kian menghambat perekonomian di seluruh penjuru Indonesia. (Ekonomi.bisnis.com, 2021) Seluruh sektor terkena imbasnya, yang mengakibatkan penurunan yang signifikan pada penjualan dan perputaran modal segala perusahaan dan bisnis. Hal ini pun menyebabkan banyaknya perusahaan yang pailit, mengurangi produksi, ataupun terpaksa merumahkan/melakukan Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) kepada pihak karyawan guna bisa tetap bertahan melawan situasi pandemi. Hal ini dapat terlihat dari data tingkat pengangguran yang tersebar di seluruh Provinsi di Indonesia pada tahun 2020.

Tabel 1.1 Tabel Tingkat Pengangguran Provinsi Indonesia tahun 2020

Tingkat Pengangguran Terbuka Menurut Provinsi (Persen) 2020		
Provinsi	Februari	Agustus
ACEH	5.40	6.59
SUMATERA UTARA	4.71	6.91
SUMATERA BARAT	5.25	6.88
RIAU	4.92	6.32
JAMBI	4.26	5.13
SUMATERA SELATAN	3.90	5.51
BENGKULU	3.08	4.07
LAMPUNG	4.26	4.67
KEP. BANGKA BELITUNG	3.35	5.25
KEP. RIAU	5.98	10.34
DKI JAKARTA	5.15	10.95
JAWA BARAT	7.71	10.46
JAWA TENGAH	4.20	6.48
DI YOGYAKARTA	3.38	4.57
JAWA TIMUR	3.60	5.84
BANTEN	7.99	10.64

BALI	1.25	5.63
NUSA TENGGARA BARAT	3.04	4.22
NUSA TENGGARA TIMUR	2.64	4.28
KALIMANTAN BARAT	4.47	5.81
KALIMANTAN TENGAH	3.33	4.58
KALIMANTAN SELATAN	3.67	4.74
KALIMANTAN TIMUR	6.72	6.87
KALIMANTAN UTARA	5.71	4.97
SULAWESI UTARA	5.34	7.37
SULAWESI TENGAH	2.93	3.77
SULAWESI SELATAN	5.70	6.31
SULAWESI TENGGARA	3.10	4.58
GORONTALO	3.29	4.28
SULAWESI BARAT	2.39	3.32
MALUKU	6.71	7.57
MALUKU UTARA	4.09	5.15
PAPUA BARAT	6.78	6.80
PAPUA	3.42	4.28
INDONESIA	4.94	7.07

Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2020)

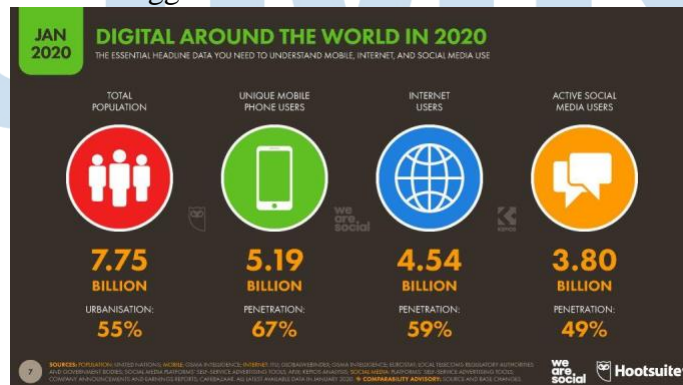
Bisa dilihat dari tabel di atas bahwa tingkat pengangguran di seluruh provinsi di Indonesia, kecuali Kalimantan Utara, pun meningkat drastis dalam rentang waktu 6 bulan di masa pandemi. Meningkatnya tingkat pengangguran ini pasti akan berkaitan pada peningkatan waktu yang dihabiskan masyarakat Indonesia di rumah, apalagi ditambah dengan banyaknya perusahaan yang memberlakukan sistem *Work from Home* (WFH) dalam upaya mematuhi peraturan pemerintah. Banyaknya waktu yang dihabiskan di rumah pasti juga akan meningkatkan waktu yang dihabiskan masyarakat dalam mengakses *social media*, seperti yang terlihat pada data di bawah ini.

Gambar 1.1 Penggunaan *Social Media* di Indonesia Tahun 2019



Sumber: (Hootsuite, 2019)

Gambar 1.2 Penggunaan *Social Media* di Indonesia Tahun 2020



Sumber: (Hootsuite, 2020)

Gambar 1.3 Penggunaan *Social Media* di Indonesia Tahun 2021



Sumber: (Hootsuite, 2021)

Menurut Junawan & Laugu (2020, p. 49) di masa yang serba digital ini, penulis sadar bahwa kebutuhan masyarakat kini telah beralih ke ranah digital. Terlebih di masa pandemi ini semua orang beraktivitas di rumah mengandalkan *digital platform* dan kini *social media* menjadi salah satu sarana masyarakat untuk mengumpulkan informasi, hingga mencari kegiatan untuk dilakukan dirumah untuk sekedar hiburan maupun untuk perkembangan diri. Hal ini terkonfirmasi dari data di atas, bahwa pengguna *social media* terus bertambah secara signifikan setiap tahunnya.

Dengan kondisi demikian, maraknya pembuatan konten melalui *platform* media sosial ini menjadi salah satu strategi perusahaan untuk mengembangkan bisnisnya. Hal tersebut dimanfaatkan pula oleh sebuah perusahaan penyedia jasa konsultasi seputar karir yang bernama PT Dunia Kita Baik yang didirikan atas dasar kesempatan emas dari kedua faktor tersebut (tingginya tingkat pengangguran dan penggunaan *social media*). Mahirnya PT Dunia Kita Baik dalam menggunakan *social media* untuk mempromosikan bisnisnya kian menarik perhatian penulis untuk lebih mendalami dan mempelajari strategi penggunaan *social media* dalam perusahaan.

Tujuan mulia dari perusahaan ini pun membuat penulis untuk turut membantu para pekerja yang kehilangan pekerjaannya di masa pandemi ini dan membantu mempersiapkan kemampuan dan mental masyarakat yang untuk dapat kembali bersaing dalam pasar pekerjaan. Setelah melewati ujian tiga tahap, penulis pada akhirnya berhasil diterima untuk melakukan praktik kerja magang di PT Dunia Kita Baik atau yang lebih dikenal dengan nama Baik Group. Penulis merasa Baik Group memiliki visi misi, dan tujuan yang serupa yakni untuk membantu masyarakat di tengah pandemi ini untuk dapat mempersiapkan serta mematangkan diri untuk bersaing di dunia kerja, tentunya dengan mengedepankan penerapan digital media. Penulis pun berharap untuk dapat menambah wawasan akan pengaplikasian *social media* yang sesuai dan tepat sasaran.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dan tujuan dalam melakukan praktik kerja magang adalah tentunya untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan bagi mahasiswa untuk mendapatkan gelar Sarjana. Namun tidak hanya sebatas kelulusan semata, praktik kerja magang menjadi sarana pelatihan sekaligus sebagai sarana belajar bagi mahasiswa untuk mempersiapkan diri sebelum terjun ke lingkungan kerja nyata.

Selain itu, maksud dan tujuan dalam melakukan praktik kerja magang dan memilih Baik Group sebagai sarana belajar bagi penulis adalah sebagai berikut:

1. Mengasah kemampuan untuk dapat membuat konten yang tepat dan sesuai di berbagai *platform* media sosial.
2. Mengembangkan kemampuan dan ilmu yang sudah didapatkan selama proses perkuliahan, kemudian mencoba mengaplikasikan di dunia kerja.
3. Mempelajari bagaimana kultur kerja di dunia profesional, mulai dari tahapan kerja, tahapan organisasi dan juga tahapan komunikasi dalam perusahaan.

4. Menambah dan memperluas relasi atau jaringan, yang merupakan sebuah aspek penting yang bisa didapatkan melalui praktik kerja untuk dapat dijadikan *channel* di masa mendatang.
5. Menambah pengalaman bekerja di perusahaan.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

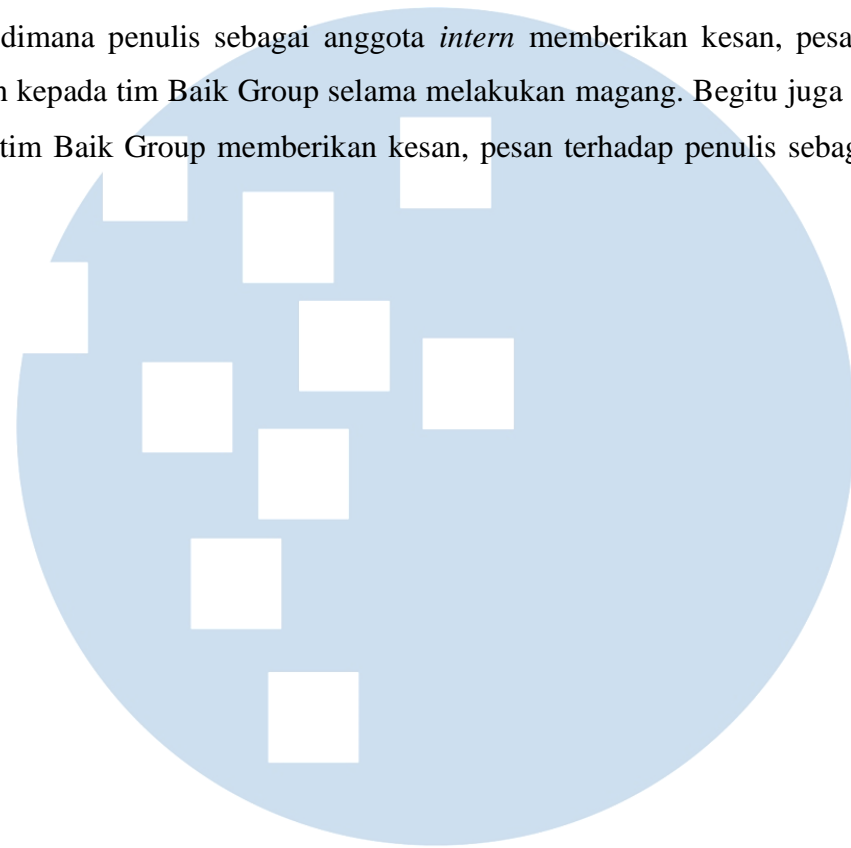
Pada Awal September 2021, penulis menemukan pengumuman lewat salah satu kanal pencari kerja di media sosial yang berisikan informasi bahwa Baik Group sedang membuka lowongan magang bagi mahasiswa untuk posisi social media *specialist*. Setelah melihat pengumuman tersebut, penulis tertarik dan akhirnya memutuskan untuk mendaftarkan diri dengan melakukan ujian tahap pertama beserta pengiriman CV, Cover letter, serta maksud dan tujuan lamaran untuk posisi magang di perusahaan Baik Group.

Setelah menunggu beberapa hari, pihak *Human Resource* Baik Group membalas *e-mail* yang berisikan tawaran untuk lanjut ke tahap kedua, yaitu tahap wawancara secara daring. Saat wawancara berlangsung, tim Baik Group memberikan pertanyaan seputar pengalaman organisasi selama berkuliah dan beberapa pertanyaan studi kasus dan *problem solving*. Setelah lolos, ujian tahap ketiga adalah presentasi *slide show* atas ide strategi *social media* yang dapat berguna baik kelangsungan perusahaan. Satu minggu menunggu, penulis akhirnya mendapat kabar bahwa tim baik Group menerima penulis sebagai *social media specialist intern*.

Pada tanggal 13 September 2021, Penulis akhirnya secara resmi menjadi *Social Media Specialist Intern* di Baik Group. Dikarenakan kondisi yang masih dalam situasi pandemi, praktik kerja magang masih dilakukan dengan sistem *Work From Home*. Tidak menutup kemungkinan bagi anggota intern untuk melakukan kerja magang di hari Sabtu atau Minggu jika diperlukan.

Penulis melakukan praktik kerja magang di Baik Group selama 3 bulan, berakhir pada 13 Desember 2021. Praktik kerja magang diakhiri dengan *internship*

review, dimana penulis sebagai anggota *intern* memberikan kesan, pesan dan juga masukan kepada tim Baik Group selama melakukan magang. Begitu juga sebaliknya, dimana tim Baik Group memberikan kesan, pesan terhadap penulis sebagai anggota *intern*.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA