

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

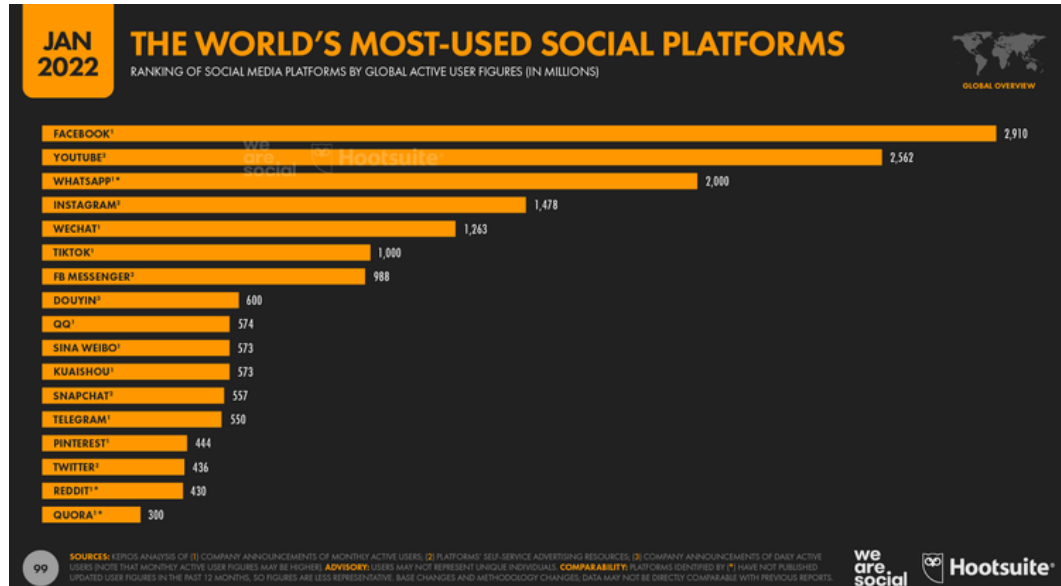
Dewasa ini, banyak perusahaan yang terjun di bidang *production house* karena melihat bidang ini merupakan industri kreatif yang cukup pesat perkembangannya. Banyaknya perusahaan lokal maupun Internasional menunjukkan daya saing yang kuat untuk para kliennya. Keinginan pasar yang semakin tinggi membuat industri kreatif semakin berkembang.

. Industri PH sendiri hadir karena ragam konten TV yang menarik. Terdapat banyak PH yang dikenal masyarakat secara luas, seperti MD Entertainment, Rapi Films, dan Star Vision Plus. Kehadiran PH ini membuat masyarakat semakin merasa puas akan konten yang disajikan. Untuk itu Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) menunjukkan data bahwa terdapat kenaikan 15,4% pada tahun 2019 dan mencapai 52 juta penonton film layar lebar. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat masih antusias dengan dunia hiburan khususnya film.

Menurut Laksono, rumah produksi atau yang biasa kita kenal dengan sebutan PH merupakan sebuah badan usaha yang memproduksi berbagai ragam industri kreatif seperti program audio, audio visual, rekaman acara siaran yang sesuai dengan undang-undang yang berlaku (2020, p. 1). Klasifikasi kegiatan yang dikerjakan oleh PH seperti memproduksi program untuk acara televisi, film, pembuatan profil perusahaan bahkan sampai iklan media elektronik.

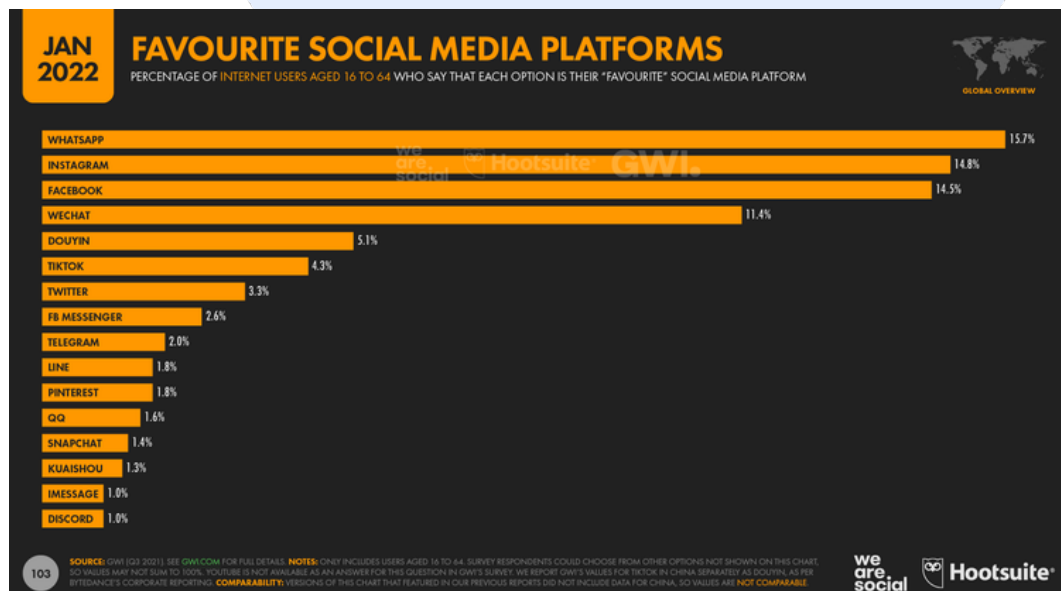
Kehadiran PH ini merupakan hal inovatif yang menarik karena mampu bersaing dengan konten yang disediakan televisi. Terlebih saat pandemi seperti ini, masyarakat ditekan untuk mengurangi aktivitas di luar rumah sehingga kegiatan yang biasanya diadakan secara *offline* kini harus diadakan secara *online*. Dengan hal ini, PH hadir untuk menjawab permasalahan tersebut dengan memberikan ide kreatif serta mengeksekusinya dengan format daring. Perkembangan media sosial

yang cepat dapat membantu perusahaan menjual produk dan jasa dengan lebih mudah.



Gambar 1.1 Data Sosial Media Favorit 2022

Sumber: Data Reportal (2022)



Gambar 1.2 Data Statistik Pengguna Sosial Media 2022

Sumber: Data Reportal (2022)

Perusahaan juga bekerja maksimal dengan mengikuti perkembangan teknologi dan seimbang dengan keinginan pasar. Data di atas menunjukkan bahwa Facebook menduduki peringkat pertama dengan angka 2,9 juta pengguna. TikTok

merupakan salah satu platform baru dan telah mendapat 1 juta pengguna sejak kemunculannya di tahun 2019. Untuk itu, PT Teman Masa Kecil (TMK) memilih platform TikTok untuk dijadikan sebagai sarana pemasaran.

Sebelum terjadinya pandemi COVID-19, TMK bergerak di bidang Tour and Travel Agency dan Yearbook Production Organization. Dikarenakan terjadi pandemi maka segala bentuk *tour* tidak mampu berjalan dan program buku tahunan pun terhenti karena sekolah sudah menerapkan sistem daring. Pada akhirnya TMK membangun sebuah unit baru yaitu TMK Production House. PH ini membuat konten hiburan di media sosial, *company profile*, dan juga *movie producer*.

Dalam kerja magang ini mahasiswa diberikan kesempatan untuk membangun sosial media TikTok milik TMK dengan cara membuat konten video. Proses pembuatan konten ini tentunya diperlukan beberapa taktik khusus. Terdapat beberapa tahapan untuk mengerjakan sebuah konten, salah satunya adalah dengan mengacu kepada AISAS Model Framework (*Attention-Interest-Search-Action-Share*). Tujuan daripada memahami konsep ini adalah untuk mencari tahu target dari pembuatan sebuah konten. Mahasiswa juga harus memahami konsep dasar *videography* guna memahami bagaimana cara pengambilan gambar yang baik.

Selain daripada kegiatan membuat konten, mahasiswa juga diberikan wewenang untuk mengerjakan *content writing*. Jenis *content writing* yang dilakukan adalah dengan penulisan *caption*. Kegiatan ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan informasi mengenai hiburan yang disediakan oleh TMK. Gregory mengatakan bahwa kegiatan bisnis yang mampu menyelesaikan permasalahan *customers* dengan cara memberikan beragam informasi dapat dikatakan sebagai *content marketing* (2018, p. 23).

Untuk itu kegiatan proses kerja magang dilakukan guna membantu mahasiswa dalam memahami pelajaran yang telah ditempuh selama kuliah berlangsung dan juga untuk membantu mahasiswa mengenal dunia kerja.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Untuk memahami aktivitas dari TMK PH ini, peserta magang diberi kesempatan dalam menangani dan merencanakan konten, antara lain:

1. Mengetahui dan memahami alur sebagai *content writing* yang dilakukan oleh PT TMK,
2. Melihat dan melakukan aktivitas kerja sebagai *content production* di PT TMK.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Terdapat beberapa prosedur yang harus dilakukan peserta magang untuk memenuhi kegiatan kerja magang, diantaranya adalah sebagai berikut.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang dimulai dari tanggal 21 Agustus 2021 dan berakhir sampai dengan tanggal 21 November 2021. Kerja magang dilaksanakan setiap hari Senin sampai Jumat, pukul 10.00 hingga pukul 17.00 WIB.

Terdapat beberapa proses yang dilakukan sebelum memulainya kerja magang. Mahasiswa harus mencari perusahaan yang sesuai dengan kriteria yang diperlukan, setelah menemukan perusahaan yang sesuai maka mahasiswa dapat mengajukan *Curriculum Vitae* (CV) yang akan ditinjau perusahaan apakah mahasiswa dapat bergabung sebagai pekerja magang di perusahaan tersebut. Kemudian peserta magang wajib mengikuti KRS Internship dan apabila sudah berhasil terdaftar sebagai peserta magang, maka mahasiswa wajib mengisi formulir KM 01 dan KM 02.

Setelah peserta mengajukan CV dan lolos ke tahap wawancara, peserta diterima bekerja di PT Teman Masa Kecil di bawah naungan Dwi Kartika Sari selaku HRD. Dalam kerja magang ini, Dwi Kartika memberikan pekerjaan yang wajib dilakukan oleh peserta magang yaitu:

- 1) *Content Writer*
- 2) *Content Creator*

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN via zoom meeting.

- 2) Mengisi KRS Internship di myumn.ac.id dengan syarat telah menempuh 110 sks dan tidak ada nilai D & E. Serta me-request transkrip nilai dari semester awal hingga semester akhir sebelum magang di www.gapura.umn.ac.id.
- 3) Memiliki kesempatan untuk mengajukan KM-01 lebih dari satu kali melalui pengisian Google Form di e-mail untuk verifikasi tempat magang yang memenuhi persyaratan dan mendapat persetujuan dalam bentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang) dari Kepala Program Studi.
- 4) Mengisi dan submit form KM-01 pada myumn.ac.id jika sudah mendapat perusahaan atau lembaga yang sesuai.
- 5) Selanjutnya, mengunduh form KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang), KM-05 (Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang), KM-06 (Penilaian Kerja Magang), KM-07 (Verifikasi Laporan Magang) untuk kebutuhan proses pembuatan laporan magang.

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

- 1) Proses pengajuan praktik kerja magang dengan mengisi form data diri pada Google Form pada tanggal 15 Agustus 2021 yang diberikan oleh pihak PT Teman Masa Kecil serta mengunggah Curriculum Vitae (CV) dan KM-02 (Surat Pengantar Magang) kedalam form tersebut.
- 2) Proses penerimaan praktik kerja magang mendapat surat penerimaan praktik kerja magang pada tanggal 17 Agustus 2021 yang ditanda tangani oleh Dwi Kartika Sari selaku HR Management serta Pembimbing Lapangan.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai *content creator* di bagian *Brand Communication Management*.
- 2) Penugasan dan kebutuhan informasi, didampingi langsung oleh Content Division Dwi Kartika Sari selaku Pembimbing Lapangan.
- 3) Pengisian dan penandatanganan form KM-03 sampai KM-07 dilakukan pada saat proses praktik kerja magang berlangsung dan mengajukan lembar

penilaian kerja magang (KM-06) kepada Pembimbing Lapangan pada akhir periode magang.

D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

- 1) Pembuatan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Inco Hary Perdana selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan Microsoft Teams.
- 2) Laporan praktik kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.

E. Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui diajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang.