

BAB I

PENDAHULUAN

Manusia menjalani kehidupan di masyarakat selain mendapatkan pembelajaran juga mendapatkan pengalaman. Pengalaman yang didapatkan akan berguna sebagai gambaran manusia dalam bersikap serta bereaksi terhadap kehidupan sosialnya. Dalam hal ini, pengalaman yang berguna dalam perjalanan manusia dewasa kini adalah pengalaman bekerja. Bidang pendidikan dalam hal memfasilitasi pengalaman kerja kepada peserta didiknya memberikan kesempatan untuk peserta didiknya merasakan pengalaman kerja dengan melakukan magang sebagai syarat untuk melanjutkan ke jenjang selanjutnya. Dalam hal ini, pengalaman kerja ini sangat berguna bagi mahasiswa sebagai gambaran awal serta pengenalan terhadap keadaan di dunia kerja nantinya.

Dari adanya perkembangan zaman ini, manusia sebagai sumber daya utama tentunya harus menjaga serta meningkatkan kualitas diri yang mengikuti tren dan kemajuan teknologi seperti sekarang. Dengan adanya kegiatan magang, memperlihatkan mahasiswa tentang bagaimana membangun etos kerja, produktivitas kinerja dan bekerja sama serta membangun komunikasi yang baik di dunia kerja. Peningkatan kualitas sumber daya manusia bisa dilakukan dengan adanya pelatihan serta pengetahuan, pengetahuan tersebut yang nantinya akan menjadi dorongan atas munculnya gagasan untuk pemecahan masalah yang ada di masyarakat, dan pelatihan yang dilakukan menjadi sebuah adaptasi terhadap implementasi teori yang telah dipelajari. Seperti yang dikatakan menurut Malayu (2019), pengembangan adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual dan moral sesuai dengan kebutuhan pekerjaan / jabatan melalui pendidikan dan latihan. Pengetahuan serta pelatihan tersebut tentunya selain didapatkan dari sekolah maupun sekolah tinggi tentunya akan didapatkan secara lebih nyata dari adanya pengalaman.

Didukung juga dengan pernyataan Djojonegoro (1998:79) yang mengemukakan praktek kerja lapangan atau kegiatan magang dalam pembelajaran di dunia pendidikan adalah bentuk penyelenggaraan pendidikan keahlian yang memadukan program pendidikan yang ada di sekolah dengan program penguasaan keahlian yang diperoleh dari pengalaman terjun langsung ke dunia pekerjaan. Dari adanya pelatihan, pengembangan dan pembelajaran, hal itu menjadi sebuah bentuk peningkatan kualitas manusia sebagai sumber daya yang berkualitas. Serta dalam hal ini mempersiapkan mahasiswa untuk memasuki dunia kerja. Melihat Prodi yang diampu oleh mahasiswa adalah Manajemen, maka Mahasiswa memilih untuk melakukan magang di PT. Mahapatih sebagai *content creator*. Yang dimana secara garis besar *content creator* bertugas untuk membuat konten yang akan disebarakan melalui platform sosial media. Menurut *State of Digital Publishing*, *content creator* adalah seseorang yang bertanggung jawab atas segala informasi yang disebarluaskan di media, khususnya di media *digital* dan *content creator* biasanya memiliki *audiens* sendiri. Selain itu menurut *HubSpot*, *content creator* adalah seseorang yang membuat materi atau konten yang didalamnya terdapat nilai yang mendidik atau menghibur. Nantinya, materi dari konten tersebut akan disesuaikan dengan keinginan dan minat masing - masing *audiens*. Dalam situasi pandemi COVID-19 gaya hidup manusia bergeser ke arah digital.

Menurut data SocioBuzz, terjadi peningkatan jumlah *content creator* hingga 3 kali lipat selama pandemi COVID-19. Yaitu dari 2.552 user baru per bulan menjadi 7.730 user baru perbulan. Dimana peningkatan tertinggi berasal dari segmen milenial yaitu 45,93 persen dan gen Z 51,56 persen. Sementara itu 5 kategori tertinggi dari konten yang di produksi oleh para *content creator* adalah *lifestyle*, *fashion*, *beauty*, *travel* dan *food & drink*. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia atau biasa disebut APJII juga mencatat kenaikan jumlah pengguna internet di Indonesia sebesar 8,9 persen atau setara dengan 25,5 juta pengguna pada tahun 2020. Hal ini disebabkan karena terjadinya pembelajaran online dan kebijakan bekerja dirumah akibat pandemi COVID-19. Akhirnya fenomena ini dapat dimanfaatkan oleh seniman atau masyarakat umum untuk tetap berkarya selama masa pandemi dengan menjadi pembuat konten atau *content creator*.

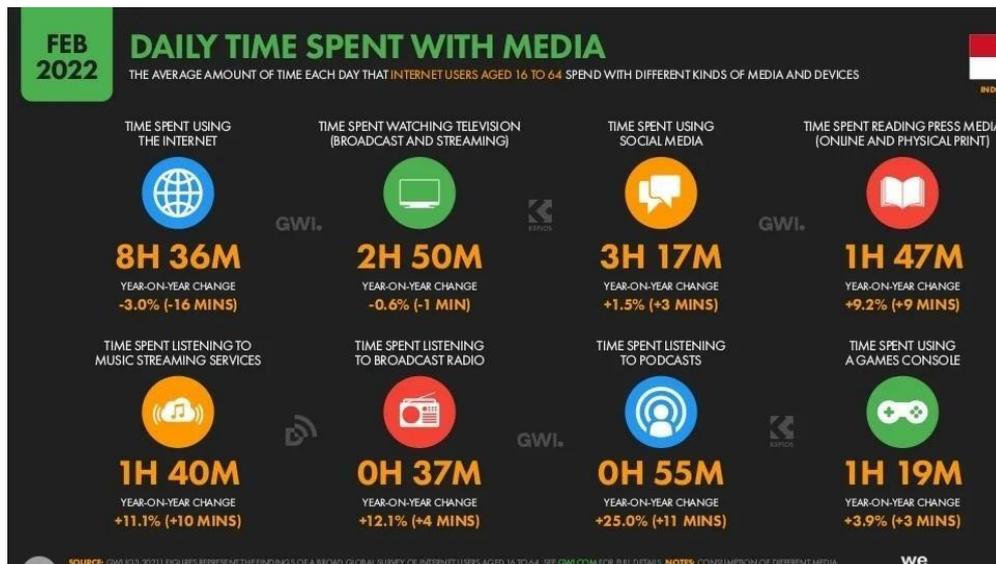
Content creator akan menggunakan banyak sekali *platform digital* dalam menyebarkan konten yang sudah dibuat, mulai dari Instagram, Youtube, Facebook hingga Tiktok.



Gambar 1. 1 Data Tren pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia Tahun 2022

Sumber: Hootsuite - We Are Social, 2022

Adapun data tren pengguna internet dan media sosial di Indonesia tahun 2022 menunjukkan total populasi Indonesia 277,7 juta, yakni mengalami peningkatan 1 persen dari tahun sebelumnya yaitu tahun 2021 sebesar 274,9 juta. Perangkat mobile yang terhubung yaitu 370,1 juta dan mengalami peningkatan pada tahun sebelumnya sebesar 3,6 persen. Kemudian pada pengguna internet di Indonesia tercatat 204,7 juta dan naik 1 persen pada tahun sebelumnya. Sedangkan pengguna Media Sosial yang aktif sebesar 191,4 juta, dan naik 12,6 persen dari tahun sebelumnya.

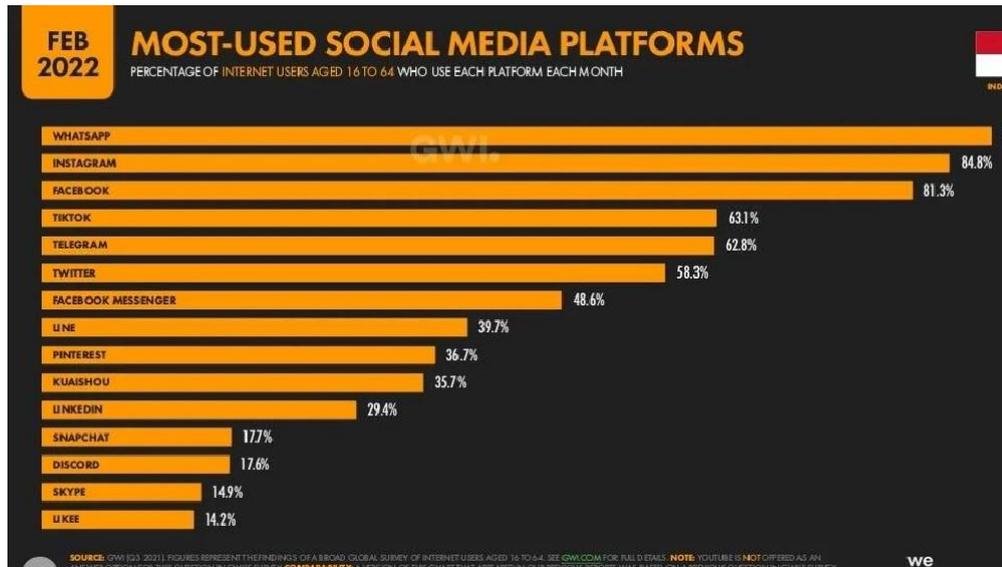


Gambar 1. 2 Waktu Orang Indonesia Mengakses Media Digital Tahun 2022

Sumber: Hootsuite - We Are Social, 2022

Dalam mengakses media digital, pengguna internet di Indonesia menghabiskan waktu yang berbeda - beda. Seperti data diatas, waktu rata - rata setiap hari dalam penggunaan internet di Indonesia adalah 8 jam 36 menit, rata - rata setiap hari waktu melihat televisi (broadcast, streaming dan video tentang permintaan) adalah 2 jam, 50 menit, rata - rata setiap hari waktu menggunakan media sosial melalui perangkat apapun adalah 3 jam 17 menit, rata - rata setiap hari waktu menghabiskan untuk mendengarkan musik adalah 1 jam 30 menit, dan rata - rata setiap hari waktu bermain game adalah 1 jam 19 menit.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 1. 3 Platform Media Sosial yang Banyak digunakan di Indonesia Tahun 2022

Sumber: Hootsuite - We Are Social, 2022

Pada data diatas, pengguna Whatsapp di Indonesia sebanyak 88,7 persen dari jumlah populasi dan mengalami kenaikan pada tahun sebelumnya yaitu 87,7 persen. Pengguna Instagram di Indonesia sebanyak 84,8 persen dari jumlah populasi dan mengalami penurunan dari tahun sebelumnya yaitu 86,6 persen. Pengguna Facebook di Indonesia sebanyak 81,3 persen dari jumlah populasi dan mengalami penurunan dari tahun sebelumnya yaitu 85,5 persen. Pengguna Tiktok di Indonesia sebanyak 63,1 persen dari jumlah populasi dan mengalami kenaikan yang sangat pesat pada tahun sebelumnya yaitu 38,7 persen.

Social media yang dipilih oleh perusahaan PT. Mahapatih dalam meningkatkan *engagement* adalah Instagram. Dari konten yang dibuat oleh *content creator* diharapkan dapat menaikkan *engagement* pelanggan atau calon pelanggan untuk mengenal lebih baik terhadap *personal branding* perusahaan serta menjaga loyalitas pelanggan. *Customer engagement* memiliki 3 konsep yaitu, *Cognitive Attachment* yang mengacu pada tahap kognitif dari konsumen yang dilakukan misalnya berbagi informasi dan pengalaman ke konsumen lain, *Attitudinal Attachment* yang mengacu pada sikap yang menjadi salah satu variabel pengukur

customer engagement karena tahap afeksi positif, terbuka, dan keterlibatan secara sosial, dan *Behavioral Attachment* yang mengacu pada perilaku atau partisipasi customer didalam sebuah upaya *engagement* perusahaan atau merek adalah harapan tertinggi. Harapan besar dari kegiatan magang ini adalah selain memperkenalkan mahasiswa kepada dunia kerja tetapi juga sebagai pendatangan inovasi dan ide baru terhadap pembuatan konten yang mampu menaikkan *attachment* kepada pelanggan.

1.1 Tujuan Kerja Magang

Tujuan dari dilaksanakannya program praktek kerja magang ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menyelesaikan mata kuliah praktek kerja magang sebagai pemenuhan syarat dari kelulusan S1 Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
2. Agar mampu menganalisis kekurangan perusahaan dan mencari solusi untuk mengatasi kendala yang dialami perusahaan saat ini.
3. Untuk memperkaya pengetahuan dan pengalaman seputar dunia kerja.
4. Untuk meningkatkan intelektual, kreatifitas serta produktivitas terhadap mahasiswa/i sebagai persiapan dalam menghadapi atau memasuki dunia lapangan kerja yang sesungguhnya.

1.2 Waktu dan Prosedur Pelaksana Kerja Magang

1.3.1 Waktu Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang yang telah penulis tempuh sesuai dengan ketentuan yang diberikan oleh pihak Prodi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara yaitu selama 3 bulan dengan total 60 hari kerja.

Nama Perusahaan : PT. Mahapatih

Bidang Usaha : Bimbingan Belajar (bimbel)

Alamat Kantor : AIA Central, 25th Floor. Jln. Jend. Sudirman, Kav 48A, Jakarta Selatan 12930

Periode Kerja : 31 Agustus 2021 - 30 November 2021

Hari Kerja : Senin - Jum'at

Waktu kerja : 09.000 - 16.00 WIB

Tempat Pelaksanaan Kerja : Work From Home (WFH)

Penempatan : Content Creator

1.3.2 Prosedur Pelaksana Kerja Magang

Kegiatan kerja magang merupakan syarat wajib yang berlaku untuk seluruh mahasiswa dan mahasiswi Universitas Multimedia Nusantara sebagaimana hal ini tecantum didalam buku panduan yang telah diterbitkan oleh pihak Prodi Manajemen. Berikut adalah beberapa rangkaian prosedur pelaksanaan kerja magang di PT. Mahapatih:

1. Penulis mendapatkan rekomendasi lowongan kerja magang oleh teman di PT. Mahapatih pada tanggal 18 Agustus 2021.
2. Penulis mendaftarkan kerja magang dan mengirim CV melalui Google Form yang telah disediakan oleh PT. Mahapatih pada tanggal 19 Agustus 2021.
3. Penulis mendapatkan pesan balasan dari perusahaan PT. Mahapatih untuk menghadiri *interview* secara *virtual* melalui *zoom meeting* pada tanggal 19 agustus 2021.
4. Penulis menanyakan hasil *interview* melalui chat WA oleh ibu Etsa selaku HRD di PT. Mahapatih pada tanggal 25 Agustus 2021
5. Penulis mendapatkan kabar bahwa telah diterima kerja magang sebagai Content Creator di PT. Mahapatih pada tanggal 26 Agustus 2021 dan akan mulai kerja pada tanggal 31 Agustus 2021.

6. Penulis mengajukan surat KM-01 pada tanggal 30 Agustus 2021 kepada Kepala Program studi dan mendapatkan persetujuan pada hari yang sama yaitu tanggal 30 Agustus 2021.
7. Penulis mengajukan surat KM-01 dan transkrip nilai kepada Program Studi pada tanggal 20 September 2021 untuk melanjutkan proses surat KM-02 melalui email widya@umn.ac.id dan telah disetujui dan diberikan balasan surat KM-02 pada tanggal 22 September 2021.
8. Penulis melaksanakan praktek kerja magang selama 60 hari. Terhitung sejak tanggal 31 Agustus 2021 sampai dengan 30 November 2021.

1.3 Sistematika Penulisan Laporan Magang

Sesuai dengan prosedur sistematika penulisan laporan kerja magang yang sudah ditetapkan dalam buku panduan magang yang dikeluarkan oleh Program Studi, penulisan laporan kerja magang terdiri dari 4 bab. Dimana dari bab satu ke bab lainnya memiliki keterkaitan yang sama. Pada laporan yang berjudul “Peran Social Media Instagram dalam meningkatkan Engagement pada PT. Mahapatih” memiliki sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini, penulis memberikan jabaran dan menjelaskan mengenai latar belakang permasalahan dari topik yang dipilih oleh penulis, tujuan penulis melakukan praktek kerja magang, waktu pelaksanaan kerja magang, prosedur pelaksanaan kerja magang, dan sistematika penulisan laporan kerja magang.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini, penulis memberikan penjabaran tentang latar belakang perusahaan, sejarah singkat perusahaan, logo perusahaan, visi dan misi perusahaan dan struktur organisasi perusahaan tempat praktek kerja magang. Di dalam bab ini juga terdapat teori - teori yang akan menjadi landasan pemikiran yang berkaitan dengan laporan magang yang dibuat oleh penulis.

BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

Pada bab ini, penulisan memberikan penjabaran mengenai pelaksanaan praktek kerja magang yang telah ditulis oleh penulis di PT. Mahapatih. Menjelaskan pekerjaan yang dilakukan oleh penulis selama 60 hari dalam melakukan praktek kerja magang dan memberikan solusi atas masalah yang didapatkan oleh penulis selama melakukan praktek kerja magang.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini, penulis memberikan penjabaran mengenai kesimpulan dari apa yang sudah dilakukan penulis dalam melakukan praktek kerja magang. Bab ini juga memberikan penjelasan mengenai saran apa saja yang diberikan oleh penulis kepada perusahaan yang nantinya akan bermanfaat untuk perkembangan perusahaan dimasa yang akan datang.

