

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada awal tahun 2020, dunia dilanda oleh virus baru yaitu *Coronavirus Disesase* atau yang biasa dikenal Covid-19. Virus tersebut melanda hampir seluruh negara di dunia termasuk negara Indonesia. Sejak awal mula kasus Covid-19 muncul di Indonesia, pemerintah mulai memberlakukan protokol-protokol kesehatan serta aturan-aturan yang membatasi masyarakat untuk keluar rumah dan melakukan kontak langsung dengan masyarakat lainnya.

Virus Covid-19 membuat daya beli masyarakat terus menurun sehingga memberikan dampak terhadap perekonomian di Indonesia, khususnya UMKM. Berdasarkan Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI, jumlah UMKM di Indonesia mencapai 64,19 juta, dengan komposisi Usaha Mikro dan Kecil (UMK) yang sangat dominan yaitu 64,13 juta atau 99,92% dari keseluruhan sektor usaha.

Salah satu upaya untuk membangkitkan UMKM yaitu dengan mengikuti perkembangan teknologi dan informasi. *Social media* merupakan salah satu dampak positif dari perkembangan teknologi dan informasi karena memberikan beberapa keuntungan seperti jangkauan yang tidak memiliki batas ruang dan waktu, dapat di akses dimanapun dan kapanpun, serta menjadi simbol dari kebebasan berkomunikasi dan berintersaksi sehingga menjadi sarana yang tepat untuk UMKM dapat melakukan kegiatan jual-beli tanpa adanya kontak fisik.

Saat ini sudah banyak perusahaan yang bergerak di bidang pembuatan produk dan jasa yang bermanfaat untuk *branding* di dunia digital. Banyak bisnis yang mempercayakan pihak ketiga yaitu *digital creative agency* untuk membuat dan mengembangkan bisnis mereka melalui *social media*. Di era globalisasi ini, peran *digital creative agency* telah menjadi salah satu mitra kerjasama yang dapat membantu sebuah bisnis dalam membuat *market strategy* dan *social media handling*.

Dengan menggunakan jasa *digital creative agency*, alur kerja dalam sebuah bisnis dapat berjalan lebih efektif dan efisien karena dimudahkan oleh

marketing strategy yang telah dirancangan oleh *digital creative agency*. Dengan mengoptimalkan penggunaan website sebagai sarana *branding* dan tempat memperkenalkan *brand* kepada target pasar, sebaiknya sebuah bisnis mempercayakan kinerja *digital creative agency* untuk merancang, mengelola, dan mengontrol baik *social media* maupun *website* mereka karena dapat lebih efektif, hemat biaya dan waktu, serta sesuai dengan segmentasi pasar yang diinginkan.

Digital marketing adalah bidang yang selalu berkembang, semua aspek berusaha mengikuti era digitalisasi dan menjadikan *digital marketing* menjadi sektor yang menjanjikan. *Digital Marketing* adalah alat untuk mendistribusikan dan memberikan informasi tentang produk atau layanan untuk memperluas konsumen dan menyebarkan pesan ke target. Menurut Chaffey & Ellis-Chadwick (2012), *digital marketing* adalah penggunaan teknologi digital dan teknologi berbasis internet yang masih berhubungan dengan komunikasi tradisional yang digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran. Keuntungan menggunakan *digital marketing* adalah bahwa *digital marketing* dapat menekankan fokus pemasaran pada pelanggan, sementara pemasar perlu terhubung langsung ke proses bisnis lain untuk mencapai profitabilitas ini.

Broaden Creative merupakan salah satu perusahaan *digital creative agency* yang bergerak di industri *digital marketing*. Broaden Creative telah memiliki *client* dari berbagai macam jenis bidang usaha seperti kesehatan, olahraga, *fashion*, *food and beverage*, *lifestyle*, dan lainnya. Layanan *digital marketing* yang disediakan oleh Broaden Creative antara lain *social media management*, *advertising*, *content creation*, dan lainnya.

Alasan penulis mengikuti magang di Broaden Creative adalah karena penulis tertarik untuk memahami alur kerja dan peran divisi *human resources* dalam industri *digital marketing*. Salah satu tugas penulis sebagai bagian dari divisi *human resources* adalah untuk melakukan proses *recruitment and selection*, mulai dari melakukan *research* mengenai kualifikasi dan tanggung jawab yang dibutuhkan dalam posisi tertentu, kemudian melakukan *job posting* melalui *platform* seperti LinkedIn, Jobstreet, dan Glints, lalu melakukan *screening* Curriculum Vitae (CV) kandidat, kemudian penulis mengundang kandidat untuk

mengikuti *online interview* melalui *email* sesuai waktu yang telah ditentukan dan melakukan interview dengan kandidat.

Dengan demikian penulis berkesempatan untuk dapat lebih memahami alur kerja dan peran *human resources management* di Broaden Creative yang bergerak di industri *digital marketing*. Berdasarkan uraian diatas, untuk mengulas dan mengetahui lebih jelas mengenai aktivitas kerja divisi *human resources* di Broaden Creative, maka penulis menyusun laporan kerja magang dengan judul “Aktivitas Kerja Divisi *Human Resources* Pada CV Stella Maju Pratama (Broaden Creative)”.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang.

Dengan mengikuti kerja magang, penulis dapat lebih memahami dan merasakan tugas divisi *human resources* di dunia kerja profesional. Penulis berharap dapat melatih dan mengasah keterampilannya dalam bekerja serta meningkatkan kemampuannya dalam berkarya, sehingga meningkatkan rasa tanggung jawab penulis dalam dunia kerja. Maka dari itu, maksud dan tujuan kerja magang ini adalah:

1. Memenuhi salah satu kebijakan dan syarat kelulusan Strata 1 (S1) di Universitas Multimedia Nusantara, dengan minimal durasi kerja magang adalah 100 hari kerja.
2. Menerapkan teori *human resources management* yang telah dipelajari selama perkuliahan ke dunia kerja profesional.
3. Mempelajari aktivitas divisi *human resources* di industri *digital marketing*.
4. Mempelajari proses *recruitment and selection*, administrasi, *training*, dan lainnya.
5. Mengembangkan kemampuan dan kompetensi mengenai *human resources*.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melakukan kerja magang selama lima bulan atau setara dengan 800 jam kerja atau setara dengan 100 hari kerja, dimulai pada bulan

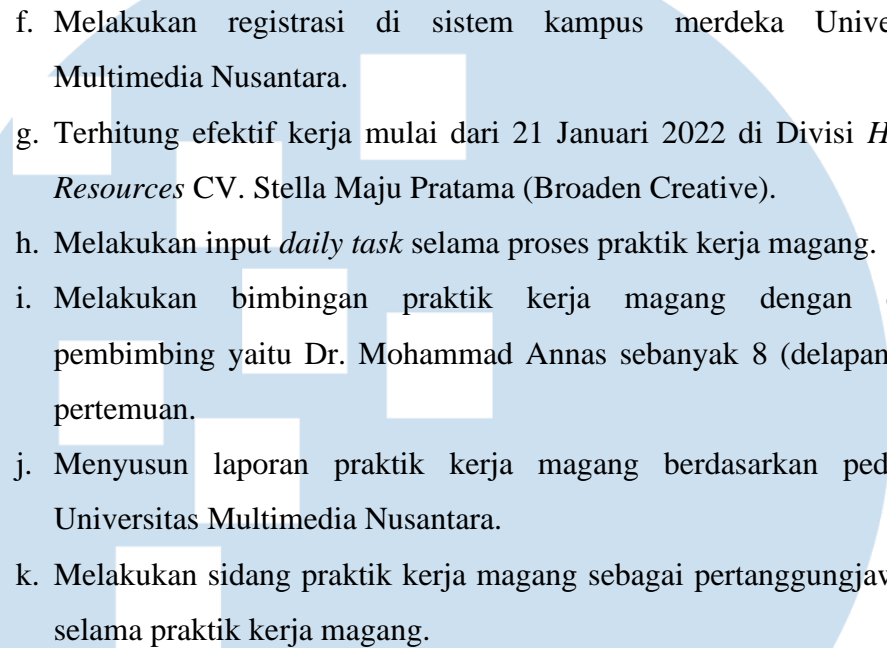
Januari 2022 sampai dengan bulan Juni 2022. Adapun data pelaksanaan kerja magang sebagai berikut.

Nama Perusahaan	: CV Stella Maju Pratama (Broaden Creative)
Bidang Usaha	: Agensi Kreatif Digital
Alamat Perusahaan	: Sentul City, Jl. Majapahit II No. 8 Taman Yunani, Argenia Bogor, Jawa Barat, 16810.
No. Telepon	: 087874555034
Periode Kerja Magang	: 21 Januari 2022 – 20 Juni 2022
Waktu Kerja Magang	: Senin – Jumat, 08.00 – 17.00
Penempatan Unit	: <i>Human Resources</i>

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur kerja magang yang dilakukan penulis untuk mengikuti kerja magang adalah berdasarkan kebijakan yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara dan CV. Stella Maju Pratama (Broaden Creative) yaitu sebagai berikut:

- a. Mengajukan surat pengantar kerja magang kepada fakultas program studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
- b. Pengajuan *Curriculum Vitae* (CV) beserta surat pengantar magang kepada Human Resources (HR) CV. Stella Maju Pratama (Broaden Creative).
- c. Melakukan pemenuhan panggilan interview dengan *Human Resources* (HR) CV. Stella Maju Pratama (Broaden Creative) via online.
- d. Menandatangani surat penawaran kerja (*offering letter*) yang diterima dari *Human Resources* CV. Stella Maju Pratama (Broaden Creative).
- e. Menandatangani surat kontrak kerja magang (*agreement letter*) yang diterima dari *Human Resources* CV. Stella Maju Pratama (Broaden Creative).

- 
- f. Melakukan registrasi di sistem kampus merdeka Universitas Multimedia Nusantara.
 - g. Terhitung efektif kerja mulai dari 21 Januari 2022 di Divisi *Human Resources* CV. Stella Maju Pratama (Broaden Creative).
 - h. Melakukan input *daily task* selama proses praktik kerja magang.
 - i. Melakukan bimbingan praktik kerja magang dengan dosen pembimbing yaitu Dr. Mohammad Annas sebanyak 8 (delapan) kali pertemuan.
 - j. Menyusun laporan praktik kerja magang berdasarkan pedoman Universitas Multimedia Nusantara.
 - k. Melakukan sidang praktik kerja magang sebagai pertanggungjawaban selama praktik kerja magang.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA