

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Menurut Saputra & Jalinus (2020), magang atau *internship* dapat didefinisikan sebagai sebuah masa kerja praktis jangka pendek yang ditujukan utamanya untuk mahasiswa sesuai dengan bidang dan jurusan mereka. Magang sendiri memiliki peran cukup penting untuk menjadi masa transisi bagi mahasiswa berpindah dari lingkungan pendidikan ke lingkungan kerja. Tak hanya itu, mahasiswa juga dapat mendapat pengalaman dan ilmu baru sembari juga menguji ilmu yang telah mereka miliki.

Di dunia kerja dewasa ini sendiri, peran internet dan teknologi komunikasi sangatlah besar, sebagaimana di sektor lainnya. Dalam tulisan Supradono & Hanum (2011) dijelaskan bahwa *social media* sendiri memiliki potensi besar untuk membawa komunikasi dua arah antara sebuah bisnis dengan konsumennya dan alhasil membantu sebuah bisnis berkembang lebih lagi. Sebuah perusahaan dapat memberikan informasi dalam berbagai seperti media audio visual seperti video atau melalui media visual seperti gambar atau infografis. Pilihan media yang beragam ini dapat membantu perusahaan untuk mengenalkan dirinya pada konsumen lebih lagi. Jadi, tak heran bahwa kemampuan untuk memperkenalkan diri melalui *social media* sangatlah penting, baik untuk pribadi maupun perusahaan dari berbagai sektor.

Ezypolis, sebagai sebuah perusahaan asuransi digital yang menggunakan teknologi sebagai alat utamanya untuk berbisnis, jelas memiliki hubungan kuat dengan peran *social media*, internet, dan teknologi dalam pemberian layanan jasanya terhadap konsumen. Apalagi, sebagai perusahaan yang terbilang cukup muda langkah-langkah awal yang diambil untuk membentuk *branding* jelas penting. Mulari dari aspek isi hingga visual konten memiliki peran penting dalam proses pembentukan *image* dan *branding* ini. Dan dalam eksekusinya sejauh ini, konten media sosial Ezypolis terbilang cukup beragam dan memiliki tujuan target

pasar yang terbilang cukup jelas. Melihat hal inilah, penulis merasa tertarik untuk menjadi bagian dari Ezypolis sebagai karyawan *internship* dan belajar lebih jauh tentang dunia profesional, terutama dalam perihal media sosial. Sebab, tak dapat dipungkiri bahwa saat ini, salah satu *demand* terbesar untuk industri kreatif adalah pembuatan konten, baik untuk IP maupun keperluan komersial perusahaan. Alhasil, penulis merasa, pengetahuan dan pemahaman lebih mengenai hal ini akan sangat membantu untuk jangka panjang, khususnya sebagai seorang mahasiswa animasi yang bertujuan untuk masuk ke industri kreatif di masa depan.

## **1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang**

Dalam proses magang ini, penulis memiliki maksud dan tujuan utama untuk mempelajari pembuatan konten dan *branding* sebuah perusahaan melalui media sosial, khususnya untuk perusahaan baru dengan target pasar dewasa muda. Penulis ingin dapat lebih memahami secara detail bagaimana dalam pembentukan *image* dan *branding* ini konten *social media* berdampak dan berperan, terutama konten yang berkaitan dengan media audio visual atau visual bergerak seperti animasi, *motion graphic*, dan video sebagai contohnya. Tak hanya itu, penulis juga bertujuan untuk dapat mempelajari, mengalami, dan terlibat secara langsung dalam proses pembuatan konten tersebut, mulai dari penentuan maksud dan perencanaan hingga tahap di mana konten dinyatakan layak untuk dipublikasi. Di sinilah, penulis merasa bahwa melakukan proses magang di divisi yang mengurus *social media* Ezypolis dapat memberikan penulis *insight* dan pengalaman langsung untuk proses pembuatan konten tersebut mulai dari sisi perencanaan konten, pembuatan visual baik dari aset hingga desain grafis, hingga bahkan aspek *copywriting* untuk konten. Dalam proses ini pula, penulis juga ingin mempelajari dan mendapat pengalaman peran dan bagaimana sebagai tenaga kreatif bekerja dalam sebuah perusahaan yang tidak berfokus pada industri kreatif sendiri. Selain itu, penulis juga berharap dapat mendapat gambaran lebih jelas mengenai dunia kerja profesional sembari memenuhi kewajiban sebagai mahasiswa.

### 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Magang merdeka adalah salah satu bagian dari kurikulum merdeka yang menjadi salah satu opsi untuk semester 6, 7, dan 8 untuk angkatan 2019. Dalam kasus ini, untuk memenuhi kewajiban sebagai mahasiswa, penulis mengambil program magang merdeka pada semester 7. Langkah pertama untuk program magang merdeka ini sendiri dapat dikatakan dimulai dari pembekalan magang oleh CDC yang dilakukan pada bulan April 2022. Kemudian, sembari menunggu surat bukti telah mengikuti pembekalan magang, penulis melakukan penyusunan CV & portofolio dan mulai mencari perusahaan yang menerima magang. Pencarian perusahaan dilakukan sambil melakukan konsultasi dengan dosen untuk mendapat rekomendasi dan *insight* lebih dalam mengenai prosedur dari kampus sendiri.

Dalam proses pencarian ini, penulis akhirnya diperkenalkan pada Ezypolis dan mengetahui adanya lowongan magang melalui salah satu kenalan penulis. Setelah melakukan kontak dengan pihak *staff* dan *HRD* Ezypolis, penulis melakukan lamaran dengan mengajukan portofolio & CV pada bulan Juni 2022. Setelah itu dilakukan *interview* secara *remote* atau *video call* menggunakan Zoom pada 20 Juni 2022 dengan calon *supervisor* yang menjabat sebagai bagian dari *digital marketing & head of digital marketing*. Penulis mendapat kabar penerimaan masuk pada 24 Juni 2022 dan melakukan finalisasi kontrak magang pada 1 Juli 2022. Berdasarkan kontrak tersebut, penulis akan mulai bekerja dari 1 Juli 2022 hingga 30 November 2022. Setelah penandatanganan kontrak sendiri registrasi ke *website* merdeka.umn.ac.id.

Komunikasi dilakukan melalui *supervisor* yang akan memberikan tugas dan melakukan asistensi. Sistem kerja akan dilakukan dengan sistem *Work From Anywhere* dengan *Work From Home* sebagai sistem utama dari jam 8.30 hingga jam 17.30. penulis akan memberikan laporan harian tugas via WA kepada *supervisor* dan juga *update* Google Drive.