

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Faktor utama dalam mengembangkan kecerdasan suatu negara adalah literasi, hal ini dikarenakan sebagian besar sumber informasi dan ilmu yang terbaharui berasal dari satu sumber utama yakni buku dan jurnal. Pada momen ini lah, perusahaan bisnis yang berkaitan dengan bidang literasi memiliki peranan penting dalam proses perkembangan kecerdasan bangsa.

Berdasarkan data yang diperoleh, Toko Buku Gramedia menempati posisi pertama dalam kategori Toko Buku, hal tersebut dapat dibuktikan melalui grafik dibawah berikut ini. Menurut data yang telah diperoleh Katadata, dikabarkan bahwa hingga saat ini, Gramedia menempati posisi pertama dibandingkan toko buku lainnya (Pusparisa, 2020). Jaringan Toko Buku Gramedia telah melampaui kompetitor lain dalam jaringan bisnis yang sama seperti Periplus, Kharisma, Togamas, dan lainnya.

Selain itu, melalui penelitian yang telah dilakukan oleh IKAPI (Ikatan Penerbit Indonesia) pada tahun 2020, tertulis bahwa setiap tahunnya jumlah judul buku yang diterbitkan oleh penerbit Gramedia terdapat sekitar 4.000 judul buku, sangat berbeda drastis dengan penerbitan lainnya yang setiap tahunnya hanya menerbitkan 50 judul buku baru. Jika diibaratkan, Gramedia menguasai 37% judul buku yang terbit setiap tahunnya di Indonesia (IKAPI, 2020).

Melalui data tersebut, dapat disimpulkan bahwa Toko Buku Gramedia berada di posisi *Market Leader* pada kategori jaringan toko buku, atau dalam unit bisnis *retail & publishing*. Akan tetapi, meskipun saat ini Toko Buku Gramedia berada di posisi teratas, faktanya semenjak peristiwa Pandemi COVID-19 Gramedia mengalami penurunan omset yang cukup mempengaruhi perusahaan. Pengunjung yang datang pun tetap menurun meskipun Pandemi sudah berakhir, hal ini dipengaruhi oleh dua faktor yakni perkembangan digital yang mempengaruhi

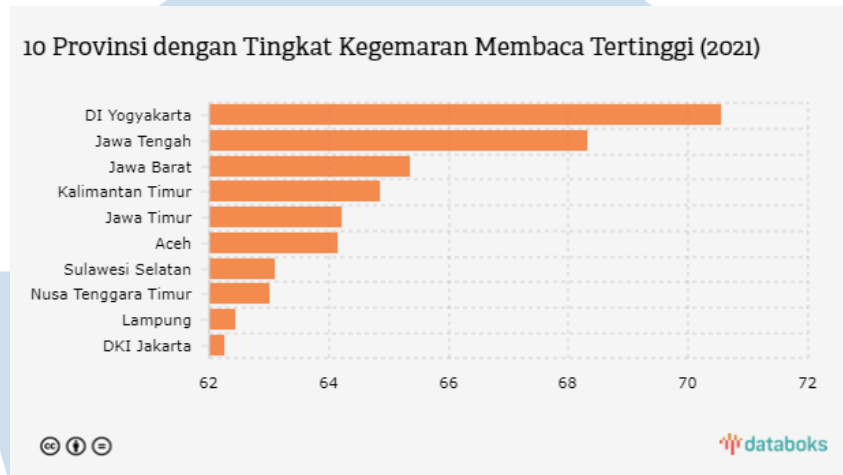
pola hidup masyarakat, sehingga aktivitas belanja secara daring saat ini lebih digemari daripada belanja langsung ke tempat. Faktor kedua adalah berturun drastisnya minat baca para masyarakat, khususnya para generasi muda yang lebih memilih untuk membuka serta membaca media sosial dibandingkan membaca buku baik itu fiksi ataupun non fiksi.

Posisi Toko Buku Gramedia sebagai *Market Leader*, menjadikan Gramedia sebagai salah satu perusahaan yang stabil dan sesuai untuk menjalani proses kerja magang. Dalam menjalani proses kerja magang, peserta membutuhkan banyak bimbingan dan juga contoh konkrit dari perusahaan mengenai pengalaman langsung di lapangan kerja, *soft skill* saat berinteraksi sehari-hari di perusahaan, etika yang harus dilakukan dan dipelajari dalam kantor sebagai pekerja yang profesional selama berdiskusi, dan pastinya bagaimana caranya untuk berkomunikasi dengan baik dan benar untuk mencapai tujuan bersama dalam proses bekerja.

Disisi lain, Toko Buku Gramedia merupakan salah satu unit bisnis di bawah naungan Kompas Gramedia Group (*KG Group*), dengan nama PT Gramedia Asri Media, berdiri tahun 1970. Selama 53 tahun lebih, Gramedia berhasil untuk berupaya terus berinovasi dan mengikuti perkembangan jaman agar unit bisnis tersebut dapat bertahan dan menjadi lebih kuat agar dapat senantiasa menginspirasi sesama, sesuai dengan visi misi perusahaan sejak awal didirikan. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang *retail & publishing*, Gramedia memiliki misi utama yakni senantiasa menjadi inspirasi untuk segenap bangsa Indonesia melalui pemberian sarana informasi dan literasi yang bermutu. Oleh karena itu, Gramedia senantiasa turut berperan dalam peningkatan minat baca di Indonesia.

Seperti yang kita ketahui, minat baca dan kegemaran literasi mengalami penurunan, baik itu secara nasional di dalam negeri ataupun secara global di seluruh dunia. Akan tetapi terkhusus untuk dalam negeri, jika dibandingkan dengan negara berkembang lainnya, Indonesia masuk pada urutan yang cukup rendah pada topik minat membaca dan literasi. Hingga pada akhirnya pandemi Covid-19 terjadi, dan

aktivitas dialihkan menjadi di rumah, angka persentase minat baca dan literasi di Indonesia perlahan mengalami peningkatan yang berarti.



Gambar 1.1 Data Minat Membaca 2021
Sumber : Dihni (2022)

Menurut Dihni (2022), beberapa daerah sekitar Pulau Jawa memiliki tingkat kegemaran membaca yang tinggi. Sebagai contohnya seperti DI Yogyakarta menempati posisi pertama sebagai daerah yang para warganya memiliki kegemaran membaca yang tertinggi, berbeda jauh dengan persentase warga di daerah DKI Jakarta. Melalui data tersebut, dapat disimpulkan bahwa tingkat kegemaran membaca pada masing-masing daerah menyebar cukup rata, terkhusus pada yang berdomisili di Pulau Jawa dan sekitar.

Dengan menyebar cukup rata, maka Gramedia sebagai salah satu pihak yang berperan penting dalam bidang literasi memiliki kesempatan untuk meningkatkan hal tersebut dengan melakukan berbagai macam inovasi agar peminat bidang literasi semakin meningkat. Salah satu strategi yang dilakukan untuk mewujudkan hal tersebut adalah dengan mengikuti perkembangan era digital melalui media sosial serta merancang berbagai macam kegiatan aktivasi untuk menarik minat audiens yang lebih luas lagi.

Kegiatan aktivasi yang dijalani oleh Gramedia pun bukan hanya berkaitan dengan buku-buku saja namun juga berkaitan dengan kreativitas, budaya Indonesia, musik dan lainnya. Sejauh ini, Gramedia sudah berhasil merancang berbagai

macam kegiatan aktivasi yang menarik minat para pembaca buku dan non pembaca buku seperti Pesta Literasi, Gramedia Science Day, Toys & Comic Land dan lainnya.

Berdasarkan pemaparan tersebut, dapat disimpulkan bahwa Gramedia merupakan salah satu perusahaan korporat yang berhasil mempertahankan unit bisnisnya melalui berbagai inovasi dan adaptasi. Hal tersebut membuat Gramedia menjadi salah satu perusahaan yang sesuai untuk dijadikan sebagai tempat kerja magang. Selain dapat mempelajari berbagai *skill* baru, melalui proses kerja magang di Gramedia, peserta magang dapat memahami budaya bekerja yang baik serta mengetahui cara bagaimana Gramedia dapat bertahan meskipun terdapat banyak perubahan pada berbagai aspek dalam industri.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang memiliki maksud untuk mendapatkan gambaran tentang aktivitas industri komunikasi pada bisnis bidang *retail & publishing*. Secara khusus, aktivitas pelaksanaan magang ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui proses kerja pada Departemen Marketing Communication di PT Gramedia Asri Media terkhususnya di bagian Brand Activation & Partnership.
2. Mengetahui tahapan perancangan *campaign & activation event* serta *partnership* pada Departemen Marketing Communication di PT Gramedia Asri Media.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang berlangsung pada Agustus sampai Desember 2023 dengan durasi seratus hari kerja atau delapan ratus jam kerja sesuai dengan Panduan MBKM Magang Track 2 dan sesuai dengan arahan dari Program Studi.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Mengikuti pembekalan Magang Track 2 yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN di Function Hall, UMN.

- 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 25 Juli 2022 yang diberikan oleh pihak Fikom UMN serta mengunggah Curriculum Vitae (CV) dan KM-02 (Surat Pengantar Magang) kedalam form tersebut.
- 2) Proses penerimaan praktik kerja magang di Kompas Gramedia – PT. Gramedia Asri Media dengan menerima pesan lolos seleksi melalui akun whatsapp resmi lembaga pada tanggal 3 Juli dan mendapat surat penerimaan praktik kerja magang pada tanggal 8 Juli yang ditanda tangani oleh HR Kompas Gramedia.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai Brand Activation & Partnership pada Departemen Marketing Communication.
- 2) Penugasan dan kebutuhan informasi, didampingi langsung oleh Superintendent Brand Activation & Partnership, Nur Indah Sulisti 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 Arsa Widitiarsa selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan langsung di Kampus UMN.
- 2) Laporan praktik kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.
- 3) Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui diajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang.

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA