

BAB I

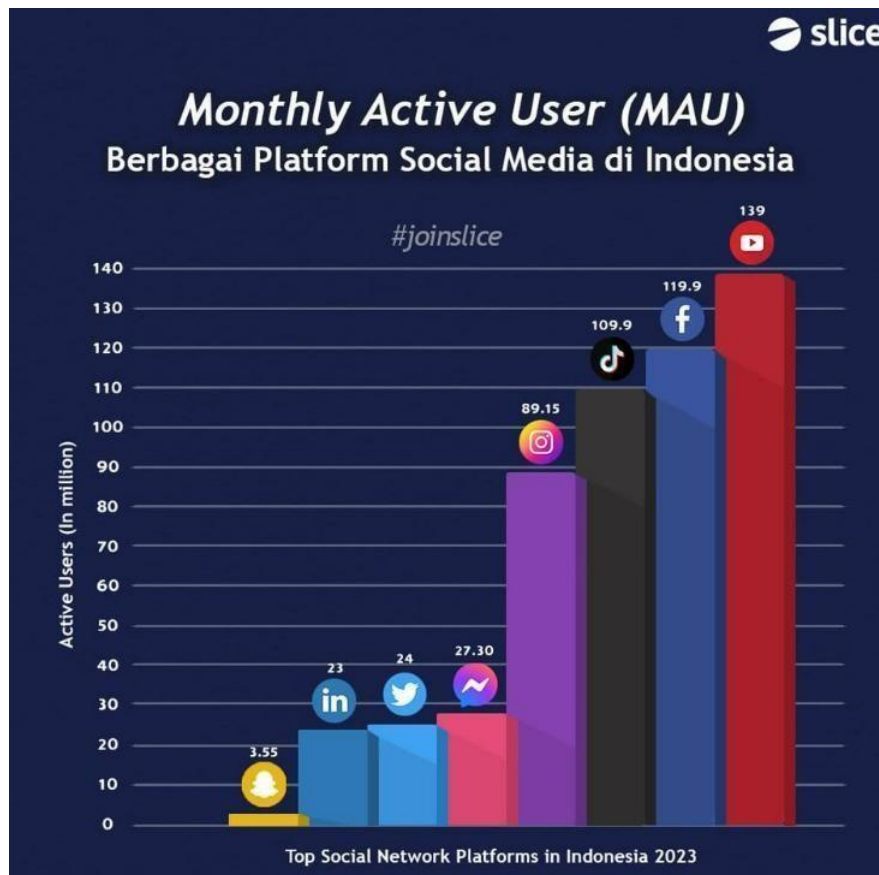
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu masalah terbesar dalam dunia komunikasi adalah konversi perangkat konvensional menuju digital atau disebut sebagai konvergensi media. Perubahan cepat ini berdampak besar pada pencarian informasi dan jejaring sosial, sehingga kini didominasi dengan Internet atau portal *online* (Nurrahmah, 2017). Maka, konten daring menjadi strategi yang sangat penting bagi perusahaan untuk berkomunikasi dengan khalayaknya. Konten menjadi kunci untuk mepersuasi tindakan target sesuai tujuan perusahaan (Pertiwi & Gusfa, 2018).

Komunikasi melalui konten-konten digital menjadi salah satu kunci utama dalam menjalin relasi dengan khalayak. Hampir seluruh hal yang dilakukan masyarakat akan melibatkan proses komunikasi tersebut. Namun, Wijayanti (2021) menyebutkan bahwa saat ini dunia mengalami perubahan besar yang dihadapkan dengan kemampuan manusia beradaptasi pada era 4.0. Hal ini meliputi jenis teknologi yang berubah dan merupakan hasil sintesa dari perangkat berjejaring, kemudian mengubah masyarakat di dalamnya menjadi *network society*.

Berikut adalah platform-platform media daring yang sangat mendominasi pada masa konvergensi media ini. Posisi utama diduduki oleh laman Youtube dengan pengguna 139 juta, disusul dengan Facebook sebesar 119,9 juta, kemudian TikTok sebanyak 109,9 juta pengguna, dan Instagram memperoleh angka di 89,2 juta pengguna. Melihat peminat yang besar pada laman-laman yang sudah disebutkan di atas, menjadi pertanda bahwa berbagai konten daring yang dipublikasikan pada laman tersebut akan memiliki tingkat *engagement* yang baik (Bouman, 2023).

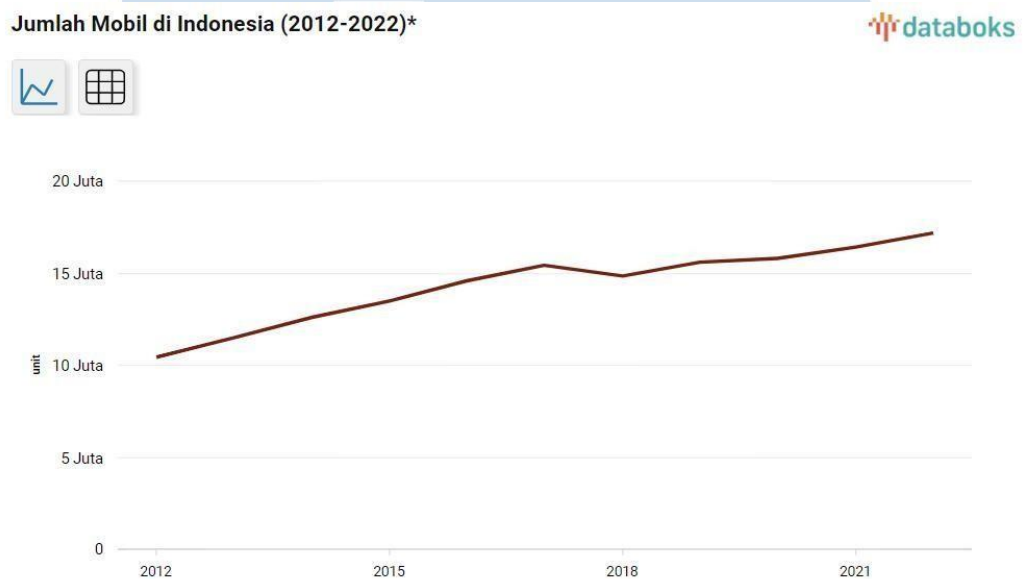


Gambar 1.1 *Top Social Network Platforms in Indonesia 2023*
 Sumber: Slice, 2023

Perkembangan yang berpengaruh pada peningkatan penggunaan media digital menjadi salah satu bukti bahwa teknologi zaman ini sudah semakin pesat. Teknologi yang kian berkembang ini berpengaruh pada berbagai aspek kehidupan masyarakat. Putri (2021) menyebutkan bahwa zaman ini teknologi terus berevolusi, sehingga memudahkan manusia dalam melakukan aktivitasnya sehari-hari.

Berkembangnya teknologi telah mempengaruhi banyak aspek kehidupan manusia. Di Indonesia sendiri, bidang otomotif menjadi salah satu bidang yang paling pesat terpapar perkembangan teknologi. Menurut Brin (2023), Indonesia mengalami perkembangan teknologi otomotif yang pesat selama beberapa tahun terakhir. Hal ini dikarenakan antusias masyarakat akan kendaraan bermotor kian meningkat dan Indonesia dikenal memiliki pasar otomotif yang sangat besar di dunia.

Kebutuhan masyarakat akan kendaraan roda empat pun kian meningkat. Berdasarkan data yang dirilis dalam laporan Statistik Indonesia tahun 2023 oleh Badan Pusat Statistik (BPS), mobil di Indonesia mencapai 17,2 juta unit di akhir 2022. Menurut laporan tersebut, telah terjadi penambahan sebesar 6,74 juta unit atau 65% selama 10 tahun terakhir (Databoks, 2023).



Gambar 1.2 Jumlah Mobil di Indonesia (2012-2022)
Sumber: Databoks, 2023

Begitupun dengan besarnya jumlah produksi mobil di Indonesia. Berdasarkan data Gaikindo per Januari hingga Oktober 2023, tertulis bahwa produksi mobil mencapai 1.181.514 unit. Produksi ini hanya meliputi produsen yang memiliki fasilitas manufaktur di Indonesia, seperti Daihatsu, Hyundai, Mercedes-Benz, Mitsubishi, Toyota, Suzuki, Wuling, dan DFSK. Maka, bila digabungkan dengan para produsen lainnya, angka produksi mobil tersebut tentunya bertambah (Gaikindo, 2023).



Gambar 1.3 Produksi Mobil di Indonesia Januari-Mei 2023

Sumber: Gaikindo, 2023

Tingginya peminat mobil di Indonesia ini diakui pula oleh Kementerian Perindustrian (Kemenperin). Disebutkan bahwa kinerja sektor mobil di Indonesia mengalami pertumbuhan signifikan, bahkan melebihi pertumbuhan industri mobil secara global. Di Indonesia pertumbuhannya mencapai 10,64% sedangkan secara global, hanya bertumbuh 3,1% saja (Sukma, 2023).

Menurut Dirjen Industri Logam, Mesin, Alat Transportasi dan Elektronika (ILMATE), Taufiek Bawazier, industri otomotif di Indonesia akan mengalami pertumbuhan pesat kedepannya. Ia melihat prospek positif di mana memungkinkan bahwa dari 1000 penduduk di Indonesia, 99 diantara akan segera memiliki kendaraan roda empat sendiri. Dirinya pun menambahkan bahwa

perkembangan dunia otomotif menjadi tantangan yang menarik karena kini dunia otomotif sedang merambah pada elektrifikasi (Sukma, 2023).

Melihat besarnya penggemar mobil di Indonesia saat ini, begitupun dengan gencarnya konvergensi media, menjadi peluang besar bagi penggemar otomotif untuk memproduksi konten-konten daring yang mengulas kendaraan roda empat. Terutama melihat data Gaikindo (2020) yang menyebutkan bahwa konten-konten yang berhubungan dengan bidang otomotif mengalami pertumbuhan hingga dua kali lipat. Bahkan, menurut Muriel Makarim selaku Product Marketing Manager dari Large Advertiser Agency Google Indonesia, konten mengenai otomotif telah mengalami pertumbuhan yang jauh lebih tinggi dibandingkan konten-konten ilmu pengetahuan, memasak, dan *games*.

Data *watch time growth* untuk konten-konten otomotif mengalami peningkatan 111% pada 1 tahun terakhir. Hal ini bisa terjadi karena tingginya penggemar bidang otomotif, sehingga besar jumlah khalayak yang aktif mencari informasi mengenai bidang tersebut. Yudistira Adi Nugroho berkata pada peresmian Indonesia Otomotif Online Festival, bahwa ia menyarankan agar para media otomotif dan perusahaan otomotif dapat aktif memberi informasi melalui media daring yang mereka miliki. Pemberian informasi ini bisa dilakukan melalui laman *website*, media sosial, dan portal daring lainnya. Langkah tersebut dinilai sangat efektif untuk menarik khalayak dan konsumen terutama di masa mendatang melihat tingginya kemungkinan dunia otomotif berkembang (Meodia, 2020).

Konten-konten otomotif yang banyak digemari masyarakat merupakan konten *review* mobil. Berikut adalah beberapa pemain yang seringkali ditonton oleh masyarakat. Pertama, Fitra Eri, pada tahun 2019, konten *review* mobil yang beliau publikasikan mendapatkan *impression* sebesar ratusan ribu. Sedangkan tahun 2020, ia mendapatkan peningkatan lebih dari 100% layaknya informasi *watch time growth* pada tahun 2020 lalu. Kedua, Motomobi, selayaknya Fitra Eri, Motomobi pun mengalami peningkatan lebih dari 100%. Pada tahun 2019,

impression video yang didapatkan berkisar pada 300-400 ribu, sedangkan 2020 mencapai 900 ribu lebih penikmat.



Gambar 1.4 Konten Fitra Eri 2019 & 2020
Sumber: Fitra Eri, 2019 & 2020

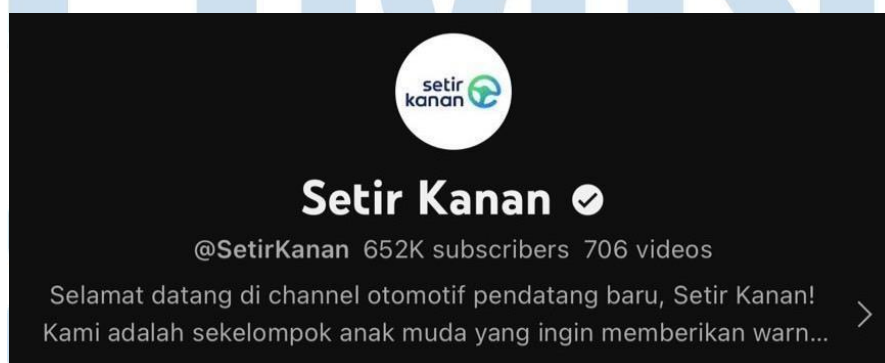


Gambar 1.5 Konten Motomobi 2019 & 2020
Sumber: Motomobi, 2019 & 2020

Melansir dari Katadata, Burhan (2021) menuliskan bahwa pertumbuhan penonton konten otomotif melonjak sebesar 5,1 kali lipat dalam 12 bulan terakhir. Konten otomotif yang mengalami peningkatan ini membahas seputar *review* fitur kendaraan roda empat, ulasan kendaraan terbaru dari salah satu produsen otomotif, maupun aktivitas sehari-hari yang meliputi kendaraan. Hal ini menunjukkan bahwa konten daring saat ini sedang memegang peranan besar untuk menjadi penyalur masyarakat dengan hal-hal yang mereka minati, salah satunya industri otomotif dengan peminat tinggi.

Ketertarikan yang tinggi dengan dunia konten daring dan otomotif menjadi landasan yang kuat untuk memperdalam hal ini. Maka, sejalan dengan peluang besar yang ada, dorongan untuk terjun langsung dalam memproduksi konten-konten otomotif menjadi semakin tinggi. Salah satu cara yang ditempuh adalah menjadi bagian dari media terpercaya yang bergerak di bidang otomotif dan memproduksi konten-konten daring di dalamnya. Media yang diminati bernama Setir Kanan.

Setir Kanan merupakan sebuah platform di bawah naungan PT Astra Credit Companies. Ia bergerak sebagai media yang meliput aktivitas dan berita-berita terkini dari berbagai produsen kendaraan roda empat. Setir Kanan memiliki pengikut sebanyak 72,4K pada Instagram dan 652K pada laman Youtube. Tidak hanya itu, Setir Kanan pun sudah memperoleh Silver Play Button sebagai bentuk apresiasi dari Youtube atas kontribusinya pada platform mereka.



Gambar 1.6 Home Youtube Setir Kanan

Sumber: Setir Kanan, 2023

Setir Kanan didirikan langsung atas perintah CEO Astra Credit Companies, Bapak Siswadi. Atas perintahnya tersebut, Setir Kanan pun mulai didirikan pada 1 Juni 2019. Melalui berbagai rintangan, Setir Kanan semakin berkembang menjadi media jurnalis pada bidang otomotif yang lebih dikenal dan dipercaya masyarakat. Pada awal berdirinya, Setir Kanan memfokuskan kegiatan bisnis pada bidang media jurnalis, di mana tim Setir Kanan akan melakukan liputan terkait berbagai berita otomotif terkini dan brand-brand kendaraan roda empat. Hal ini ditekuni hingga Setir Kanan semakin memiliki relasi yang baik dengan para brand-brand kendaraan dan vendor otomotif, sehingga kegiatan peliputan brand lebih mudah dilakukan. Tidak hanya meliput dunia otomotif, Setir Kanan juga aktif memproduksi konten diluar peliputan. Contohnya adalah *trip* bersama produk otomotif, *review* kendaraan-kendaraan, dan lainnya. Tujuan dari Setir Kanan sendiri adalah memfokuskan diri untuk memberi informasi dan edukasi pada masyarakat mengenai berita-berita dan aktivitas otomotif yang hangat, menyenangkan, dan terkini (ACC, 2023).

Setelah berhasil mengembangkan aktivitas bisnisnya pada bidang media jurnalis, Setir Kanan melakukan kegiatan bisnis lain, yaitu memberi layanan pada masyarakat untuk melakukan jual beli dan tukar tambah mobil bekas. Servis mobil dengan cara mempertemukan bengkel dan konsumen maupun mekanik terdekat agar memudahkan pun dilakukan oleh Setir Kanan. Hal ini bisa dilakukan melalui *dealer-dealer* mobil, maupun pendaftaran secara daring melalui *website* resmi Setir Kanan. Untuk menunjang aktivitas bisnis barunya, Setir Kanan memiliki slogan #MobilBekasHargaCerdas. Slogan ini memiliki tujuan untuk memberi kesempatan bagi konsumen untuk memiliki mobil dengan lebih mudah dan nyaman melalui ekosistem yang didukung Astra Credit Companies (Baihaki, 2023).

Salah satu langkah untuk memaksimalkan aktivitas bisnis tersebut, dilakukanlah *soft-selling* oleh Setir Kanan melalui produksi-produksi video yang selama ini sudah dilakukan. Misalnya, Setir Kanan akan menyisipkan iklan mengenai kredit pinjaman pada setiap video yang dipublikasikan di Youtube. Tidak hanya itu, Instagram Setir Kanan pun seringkali melakukan publikasi terkait informasi pinjaman kendaraan. Maka, kedua aktivitas bisnis ini akan saling menguntungkan satu sama lain.

Setir Kanan sendiri merupakan media otomotif non-komersial, di mana dirinya tidak menerima pembayaran apapun untuk kendaraan-kendaraan yang diulas, undangan media, dan kegiatan media otomotif lainnya. Maka, salah satu pembiayaan konten-konten media otomotif Setir Kanan adalah melalui dana langsung dari Astra Credit Companies, maupun melalui aktivitas bisnis lain yang dilakukan Setir Kanan itu sendiri.

Kredibilitas dan kemampuan platform Setir Kanan untuk menjadi sarana memperdalam ilmu sebagai *content creator* sudah cukup terpercaya. Maka, diharapkan banyak nilai-nilai penting dalam pembuatan konten di media daring yang dapat dipetik. Untuk itu, Setir Kanan dirasa sesuai dan sejalan dengan minat pada dunia otomotif serta dorongan mempelajari konten daring lebih dalam.

Terjun langsung untuk memproses konten pada berbagai media daring yang dimiliki Setir Kanan menjadi hal yang hendak ditekuni, maka kesempatan untuk mempelajari lebih dalam mengenai produksi konten sangatlah berharga. Tidak hanya itu, ketertarikan pada bidang otomotif kian membuat Setir Kanan menjadi pilihan tepat. Setir Kanan menjadi sarana yang sesuai dengan minat sebagai faktor internal, juga kondisi masyarakat dan konvergensi media saat ini sebagai faktor eksternal.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Program kerja magang menjadi salah satu jalur utama bagi para mahasiswa untuk dapat turut merasakan langsung bagaimana kenyataan dunia pekerjaan yang sesungguhnya. Program ini menjadi peluang untuk mendapatkan pengalaman dunia kerja secara langsung dengan mengaplikasikan ilmu yang sudah dimiliki selama masa perkuliahan.

Tidak hanya itu, program kerja magang pun menjadi salah satu sarana yang diwajibkan oleh Universitas Multimedia Nusantara kepada anak didiknya untuk mencapai kelulusan. Hal ini sudah diatur sedemikian rupa sehingga para mahasiswanya dapat menggali pengalaman sedini mungkin, sehingga niat baik ini sudah diterapkan pada peraturan-peraturan perkuliahan yang berlaku. Selain hal-hal yang sudah disebutkan di atas, tujuan program kerja magang sebagai Content Creator dilaksanakan atas dasar sebagai berikut:

- 1) Merealisasikan ilmu-ilmu yang sudah diajarkan universitas mengenai langkah-langkah pembuatan konten Instagram dan Youtube pada dunia kerja.
- 2) Melatih kreativitas dan rasa percaya diri ketika memproduksi konten Instagram dan Youtube.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Durasi waktu pelaksanaan kerja magang dihitung dimulai dari 1 Agustus – 31 Januari 2023. Waktu ini dihitung dari hari pertama bergabung pada Setir Kanan hingga masa kontrak selama 6 bulan selesai. Jam bekerja dimulai pada pukul 08.00 WIB dan berakhir pada 17.00 WIB, sehingga secara efektif terdapat 9 jam kerja setiap harinya, dengan 5 hari kerja selama seminggu, yaitu hari Senin-Jumat.

Sistem kerja yang diberlakukan di Setir Kanan (PT Astra Credit Companies) *work from office*, yaitu datang menuju head office PT Astra Credit Companies di Jl. TB Simatupang No. 90, Jakarta Selatan.

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 *offline*.
- 2) Mengisi KRS *Internship* di myumn.ac.id dengan syarat telah menempuh 110 sks dan tidak ada nilai D & E. Serta melakukan *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) Mengajukan lamaran pada Astra Credit Companies untuk posisi Content Creator Intern
- 2) Lamaran dilakukan dengan mengirimkan CV dan mengisi form pada <https://career.acc.co.id/ACCRedBerries/>
- 3) Melakukan *interview* HR pada 30 Juni 2023 melalui Google Meet. *Interview* dilakukan dengan Ibu Gita selaku tim Recruitment PT Astra Credit Companies
- 4) Mengerjakan psikotes *online* berdurasi 90 menit
- 5) Mengikuti *interview user* pada 19 Juli 2023 untuk posisi Content Creator Intern
- 6) melalui Google Meet. *Interview* dilakukan bersama Ibu Agnes Ayu dan Bapak Chrisnadi.
- 7) Mengerjakan tes *online* yang diberikan user dengan *deadline* 22 Juli 2023.
- 8) Resmi menjadi bagian dari PT Astra Credit Companies. Ditentukan bahwa tanggal bergabung dimulai sejak 1 Agustus 2023.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi Content Creator Intern di Setir Kanan, sebagai bagian dari PT Astra Credit Companies.
- 2) Seluruh pelaksanaan *internship* didampingi oleh Chrisnadi selaku dan Mentor pada divisi Content Creator
- 3) Pengisian dan persetujuan *form* KM-03 hingga KM-07 dilakukan bertepatan dengan masa praktik kerja magang berlangsung. Penilaian praktik kerja magang pada KM-06 dilakukan oleh *supervisor* pada akhir periode magang.

D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

- 1) Proses penyusunan laporan praktik kerja magang dilakukan di bawah bimbingan Bapak Fakhriy Dinansyah, S.I.Kom., M.

- 2) Dilakukan bimbingan bersama Bapak Fakhriy untuk membahas poin-poin penting dalam laporan praktik kerja magang.
 - 3) Laporan praktik kerja magang akan diserahkan kepada Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi guna mendapatkan persetujuan atas penyusunannya.
- E. Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui diajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA