

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut UNESCO universitas merupakan lembaga pendidikan tinggi yang memberikan pendidikan dalam berbagai disiplin ilmu termasuk ilmu pengetahuan, sosial, teknologi, dan juga humaniora. Universitas juga berfungsi untuk melakukan penelitian, mengembangkan dan menyebarkan pengetahuan, serta memberikan layanan masyarakat dan profesi.

Sedangkan menurut Clark Kerr, universitas merupakan lembaga yang memberikan pendidikan dan penelitian dalam berbagai disiplin ilmu serta memiliki tiga fungsi utama yaitu pengajaran, penelitian, serta pelayanan masyarakat.

Adapun Philip Altbach yang mengartikan bahwa universitas adalah lembaga pendidikan tinggi yang memiliki peran penting dalam menciptakan dan menyebarkan pengetahuan, serta mempersiapkan generasi yang akan memimpin masyarakat dan mengembangkan bangsa.

Universitas Multimedia Nusantara merupakan universitas global yang tidak berorientasi pada golongan, agama, ideologi, atau kelompok-kelompok tertentu. Peserta didik Universitas Multimedia Nusantara merupakan generasi muda dunia yang semuanya datang dari latar belakang yang berbeda-beda.



Gambar 1. 1 Gedung Universitas Multimedia Nusantara
Sumber: umn.ac.id

Universitas Multimedia Nusantara mendapatkan izin dari Menteri Pendidikan Nasional Republik Indonesia untuk beroperasi pada tanggal 28 November 2005. Universitas Multimedia Nusantara berada di bawah naungan Yayasan Multimedia Nusantara. Universitas Multimedia Nusantara didirikan oleh Kompas Gramedia pada 20 November 2006 resmi diumumkan di Hotel Santika oleh Dr. Ir. Dodi Nandika, Sekretaris Jenderal Kementerian Pendidikan Nasional.

Universitas Multimedia Nusantara merupakan inisiatif Dr. (HC) Jakob Oetama, salah satu pendiri Kompas Gramedia, pada 20 November 2006 sebagai kampus dengan pendidikan berbasis teknologi (ICT). Awalnya Universitas Multimedia Nusantara berkantor dan beroperasi di Gedung Wisma BNI 46. Kuliah perdana angkatan pertama Universitas Multimedia Nusantara dilaksanakan pada 3 September 2007, dengan mengangkat tema “Pengembangan Sumber Daya Manusia Menyongsong Era ICT.

Universitas di Indonesia sangat beragam dari mulai negeri hingga swasta. Salah satu universitas swasta lain di Indonesia terdapat Universitas Tarumanegara. Universitas Tarumanegara merupakan salah satu universitas tertua di Indonesia. Terinspirasi dari Kerajaan Tarumanegara ide pertama mendirikan suatu perguruan tinggi pada tahun 1957 oleh kelompok sosiawan di lingkungan Perhimpunan Sosial Candra Naya yang pada waktu itu masih bernama Sin Ming Hui. Atas prakarsa Drs Kwee Hwat Djien, mereka sepakat untuk mendirikan Yayasan Tarumanegara pada tanggal 18 Juni 1959. Universitas Tarumanegara sendiri mengelola delapan fakultas: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Fakultas Hukum, Fakultas Teknik, Fakultas Kedokteran, Fakultas Psikologi, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Fakultas Teknologi Informasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, dan satu program Pascasarjana. (Tarumanegara).

Universitas Multimedia Nusantara (UMN) merupakan salah satu universitas terbaik di Tangerang. Kampus dengan gedung unik ini sudah terakreditasi A dan meraih banyak prestasi. Terdapat macam-macam jurusan kuliah di Universitas Multimedia Nusantara salah satunya dalam Fakultas Ilmu Komunikasi terdapat Komunikasi Strategis (*Strategic Communication*).

Strategic Communication (Komunikasi Strategis) tidak hanya mempelajari komunikasi yang dilakukan oleh dua orang saja, tetapi berfokus pada komunikasi yang dilakukan oleh sebuah perusahaan atau pun *brand*. Universitas Multimedia Nusantara juga memiliki program bagi mahasiswa yang ingin belajar dan mendapatkan gelar secara *online* dengan program komunikasi strategis – *Digital Learning* (DL) Universitas Multimedia Nusantara. Pembelajaran yang dilakukan melalui *e-learning* ini memungkinkan mahasiswa untuk dapat belajar di mana saja dan kapan saja.

Dalam *Strategic Communication* fokus pada kajian di mana ilmu komunikasi memiliki peran vital dalam reputasi perusahaan dan juga dalam pengembangan merek. Mahasiswa tidak hanya belajar secara teoritis namun juga melakukan simulasi dengan berbagai fasilitas yang ada di universitas, Dengan berbasiskan *design thinking* dan penggunaan multimedia, mahasiswa dapat lulus menjadi seorang profesional maupun *entrepreneur* yang *update* akan perubahan industri dan lingkungan komunikasi strategis.

Strategic Communication memiliki peminatan *Corporate Communication* yang mengarah pada dunia kehumasan di perusahaan maupun pemerintahan. Selain itu ada juga *Marketing Communication* yang terfokus pada pemasaran produk, jasa, hingga melakukan *branding* dari sebuah merek yang bertujuan untuk terjadinya transaksi jual beli.

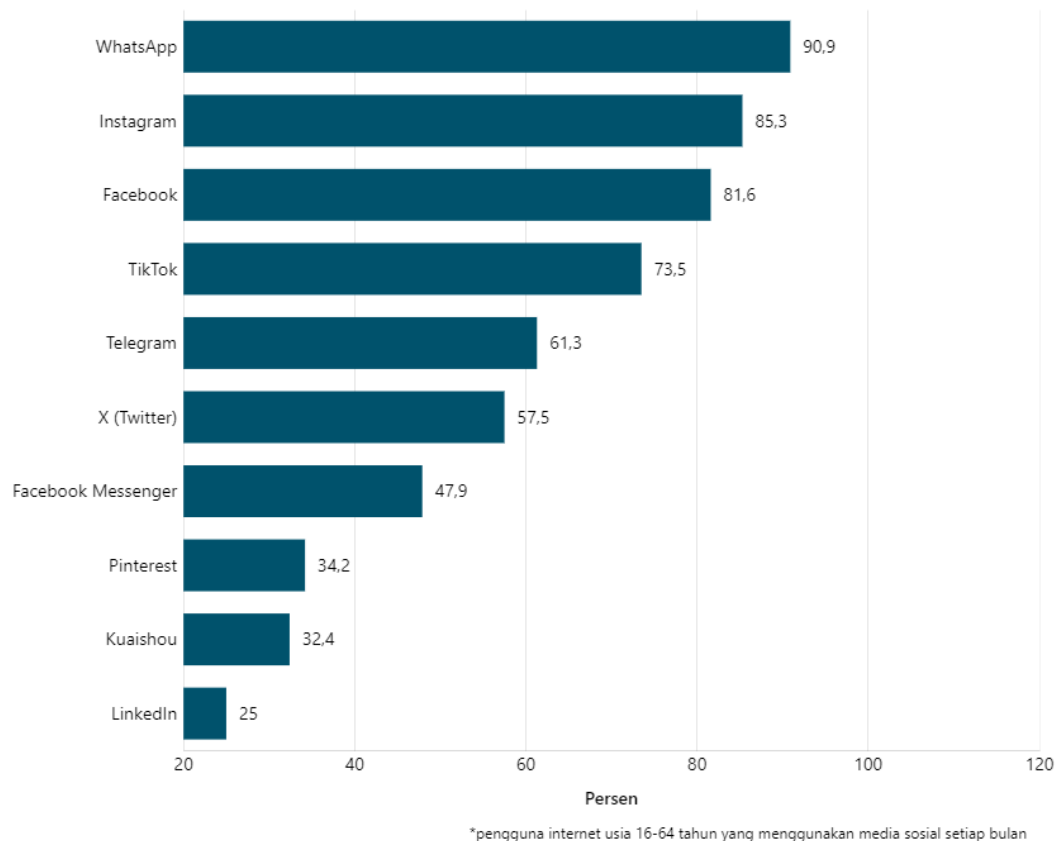
Dalam Prodi *Strategic Communication* terdapat beberapa profesi yang dapat disesuaikan dengan minat dan lingkungan kerja. Jika lebih nyaman bekerja di lingkungan perkantoran yang erat dengan rutinitas seperti di bagian kehumasan, pekerjaan yang mengharuskan untuk kerja cepat dan dinamis seperti agensi periklanan maupun *branding* hingga pekerjaan yang menuntut untuk terjun langsung ke lapangan seperti layaknya reporter jurnalistik. Adapun profesi lain yang dapat dijalani seperti penyiar, *account executive*, *content creator*, *negotiator*, *brand manager*, *PR consultant*, *political consultant*, *researcher*, dosen, *product manager* hingga *content writer*.

Content writer merupakan salah satu *role* bagian dari *marketing* yang membantu bisnis atau pun perusahaan dalam menarik pengunjung melalui informasi relevan, menarik, dan berharga. Hal tersebut dibutuhkan seiring dengan munculnya *platform digital* yang menyediakan ruang maya untuk kebutuhan pemasaran dan bisnis. *Content Writer* bertanggung jawab memproduksi konten tertulis sebaik mungkin yang akan di posting di *blog*, *website*, media sosial, dan lain sebagainya. (Windyaningrum, 2019)

Banyak artikel populer di media digital yang membahas mengenai keterampilan *content writer* sebagai profesi baru yang menjanjikan. Salah satunya menurut Himam Miladi seorang *freelancer content writer* dan penulis kompasiana menjelaskan bahwa secara umum *content writer* atau penulis konten merupakan penulis profesional yang menghasilkan konten menarik untuk digunakan secara *online*. Konten yang ditulis oleh *content writer* dapat berupa naskah untuk *marketing (sales copy)*, *e-book*, *podcast*, atau pun teks untuk grafik. *Content writer* juga menghasilkan konten berbagai jenis situs *web*, *blog*, jejaring sosial, situs *e-commerce*, agregator berita, hingga situs web perguruan tinggi. (kompasiana, 2023)

Keterampilan yang dimiliki seorang *content writer* sangat diperlukan bagi perusahaan, instansi, atau lembaga. Berdasarkan pencarian dalam situs jobstreet.id terdapat 746 lowongan pekerjaan yang berkaitan dengan *content jobs* untuk perusahaan, lembaga kreatif, dan *freelance*. Selain itu hingga bulan Juli 2019 pada situs id.linkedin.com terdapat 114 posting mengenai pekerjaan *content writer* di Indonesia. Ini menjadi bukti bahwa antusias dari perusahaan maupun instansi pada keterampilan ini sangat besar. Hal ini tidak terlepas dari keterampilan *content writer* dalam menulis sebuah konten. (Windyaningrum 2019)

Pada era digital seperti saat ini media sosial menjadi aspek yang penting dalam menjalankan sebuah bisnis. Interaksi dua arah perlu juga dikembangkan dengan milenial agar fasilitas pengembangan *skill* dapat benar-benar menjawab kebutuhan baik itu dari pasar maupun dari minat dan bakat kaum muda sebagai subjek pembangunan.



Gambar 1. 2 Media Sosial Paling Banyak Digunakan Indonesia Awal 2024

Sumber: katadata.co.id (Annur, 2024)

Menurut laporan terbaru *We Are Social*, Whatsapp menjadi media sosial paling banyak digunakan di Indonesia pada Januari 2024. Dari seluruh pengguna internet di Indonesia yang berusia 16-64 tahun, mayoritas atau 90,9%nya tercatat menggunakan aplikasi tersebut. Selanjutnya Instagram menduduki posisi kedua dengan proporsi pengguna 85,3%, diikuti Facebook dengan jumlah 81,6%, dan Tiktok 73,5%. Kemudian jumlah yang menggunakan Telegram sebanyak 61,3% dan aplikasi X dengan 57,5% pengguna. Ada pula yang menggunakan Facebook Messenger, Pinterest, Kuaishou (Kwai dan Snack Video), serta LinkedIn dengan proporsi yang kecil seperti terlihat pada grafik. Secara keseluruhan, *We Are Social* mencatat ada 139 juta identitas pengguna media sosial di Indonesia pada Januari 2024. Jumlahnya setara 49,9% dari total populasi nasional.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan dalam kerja magang memiliki tujuan untuk mencari pengalaman, menambah wawasan, dan menerapkan ilmu yang sudah didapatkan selama berkuliah sebagai mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara jurusan *Strategic Communication*. Selain itu juga dapat mengasah *hard skill* dan *soft skill*. Adapun tujuan lain untuk membangun relasi baik dengan seluruh Departemen di Universitas Multimedia Nusantara sehingga dapat meningkatkan kemampuan diri.

Berdasarkan paragraf yang telah diuraikan diatas, maksud dan tujuan mekakukan aktivitas kerja magang sebagai berikut:

1. Menambah wawasan dan pengalaman saat menjalankan tugas magang
2. Mampu mengimplementasikan konsep pembelajaran yang berkaitan dengan *Strategic Communication* dalam aktivitas magang di Universitas Multimedia Nusantara
3. Mengetahui suatu perbedaan saat menjalani pembelajaran materi di kelas dengan melakukan aktivitas turun langsung ke lapangan

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang berlangsung selama tujuh hari atau satu minggu dan sesuai dengan arahan dosen di Universitas Multimedia Nusantara. Dengan perjanjian tersebut, tidak ada jadwal pasti tetapi harus tetap konsisten mengerjakan tugas magang yang telah diberikan dan tetap harus konsultasi dengan dosen pembimbing.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1. Melakukan wawancara dengan berbagai departemen di Universitas Multimedia Nusantara seperti *marketing*, *library*, *e-learning*, dan lain sebagainya.

2. Melaksanakan praktik kerja magang mulai Senin, 13 Agustus 2024 sebagai *Content Writer* di Universitas Multimedia Nusantara.
3. Pendalaman informasi dan penugasan oleh Cendera Rizky, selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Penyusunan laporan praktik kerja magang yang dibimbing oleh Endah Murwani selaku dosen pembimbing melalui pertemuan tatap muka dan *online* di whatsapp.
5. Laporan praktik kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.
6. Laporan praktik kerja magang akan diajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA