

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Rusdi (2006:3), magang dianggap sebagai bagian yang tak terpisahkan dari kurikulum yang harus dilalui oleh setiap mahasiswa (Rusdi, 2006). Ini dianggap sebagai langkah penting dalam persiapan untuk mengembangkan kemampuan sumber daya manusia (SDM) sehingga mahasiswa siap untuk memasuki dunia kerja dengan profesionalisme. Pengalaman praktis yang didapat dari magang dianggap berharga karena membantu mahasiswa memperoleh kompetensi yang diperlukan di tempat kerja. Salah satu syarat kelulusan adalah menjalani program Magang Merdeka yang diwajibkan oleh universitas, yang membantu mahasiswa mengasah kemampuan mereka untuk memasuki dunia kerja. Oleh karena itu, mahasiswa harus mencari tempat magang sebelum periode magang dimulai agar bisa memenuhi total jam kerja yang ditetapkan oleh Universitas Multimedia Nusantara (UMN), yaitu 640 jam.

Dari beberapa opsi tempat magang, penulis memilih untuk bergabung dengan PT Kompas Gramedia, secara spesifik di bagian *Commercial Development* Harian Kompas. Keputusan ini didasarkan pada kesesuaian antara deskripsi pekerjaan yang diumumkan oleh Harian Kompas dalam lowongan kerjanya dan minat serta keterampilan yang dimiliki oleh penulis. Deskripsi tersebut adalah bahwa Harian Kompas sedang mencari *intern graphic designer* yang mengerjakan kebutuhan materi visual untuk keperluan produksi, promosi, dan media sosial proyek yang ditangani oleh Departemen *Commercial Development*. Keputusan ini juga didasarkan atas keinginan penulis untuk terjun dalam dunia pengalaman kerja di perusahaan media, untuk mengembangkan diri, baik *soft skills* maupun *technical skills*. Hal ini dikarenakan lingkungan & rekan kerja yang kondusif, pemberian kesempatan pada para mahasiswa untuk terlibat dalam *real projects*, serta program bimbingan yang terarah, terutama dalam sistem dan alur kerja.

Berdasarkan hal tersebut, penulis memiliki alasan yang pasti untuk memilih magang di kantor tersebut.

Saat ini banyak media daring yang menyampaikan informasi berbasis multimedia, salah satunya adalah Kompas.id, platform versi digital dari Harian Kompas dan merupakan bagian dari anak perusahaan PT Kompas Gramedia. Kompas.id memanfaatkan *website* dan media sosial dalam pendistribusian konten dan informasi berita baik dalam bentuk artikel tulisan maupun audio visual. Pemanfaatan teknologi informasi dan internet tersebut dilatarbelakangi dengan semakin banyaknya pengguna internet di Indonesia. Mengutip dari artikel Kompas.id, menurut survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet Indonesia hingga tahun 2020 mencapai lebih dari 196 juta jiwa (Kompas.id, 2021).

Kompas sebagai salah satu perusahaan media terkemuka di Indonesia memiliki peluang besar untuk memanfaatkan hubungan antara media dan *merchandising* (*merch*) guna memperkuat posisi mereknya. Dengan menjual *merchandise* yang mencerminkan identitas dan nilai-nilai Kompas, perusahaan ini dapat memperluas ekspresi mereknya di luar platform media tradisional. Penjualan *merchandise* seperti kaos, *mug*, atau barang-barang lainnya tidak hanya akan meningkatkan kesadaran merek Kompas di masyarakat, tetapi juga memperkuat ikatan emosional antara merek dan audiens.

Melalui *merchandise*, audiens dapat merasa lebih terhubung dengan Kompas dan nilai-nilai yang diusungnya, sehingga memperdalam loyalitas konsumen. Selain itu, penjualan *merchandise* juga dapat menjadi sumber pendapatan tambahan yang signifikan bagi perusahaan media di tengah perubahan model bisnis yang cepat (Muslim & Mudiantono, 2011). Dengan mempromosikan *merchandise* melalui platform media mereka, Kompas dapat melakukan *cross-promosi* yang efektif, meningkatkan penjualan *merchandise*, dan pada saat yang sama memperkuat hubungan dengan audiensnya. Dengan strategi yang bijak, Kompas dapat mengoptimalkan hubungan antara media dan *merchandise* untuk memperkuat posisi mereknya di pasar.

Merchandise memiliki peran penting bagi perusahaan dalam menampilkan produknya dengan tujuan memaksimalkan daya tarik bagi konsumen. Konsumen dalam keputusan untuk membeli barang dan jasa tertentu terkadang merupakan hasil dari proses yang lama dan rumit yang mencakup kegiatan mencari informasi, membandingkan berbagai merek, melakukan evaluasi, dan kegiatan lainnya. Sering ditemui, konsumen kerap membeli suatu produk karena dorongan hati yang muncul saat ini. Visual *merchandise* ini dengan desain yang menarik akan membantu dalam promosi Kompas dalam pemasaran *brand image* kepada konsumen.

Berdasarkan ilmu dan pengetahuan yang diperoleh selama periode magang, penulis menyadari pentingnya untuk menggunakannya dengan cara yang efektif di masa depan. Penulis bertekad untuk tidak menyia-nyiakan pengetahuan serta bimbingan yang telah diperoleh selama proses pendidikan dan pelatihan tersebut. Penulis juga berkomitmen untuk mengaplikasikannya dengan produktif dalam karier yang akan datang.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dan tujuan kerja magang adalah untuk memberikan kesempatan bagi penulis untuk mengaplikasikan pengetahuan yang telah diperoleh selama studi ke dalam konteks dunia nyata. Beberapa tujuan tersebut dijabarkan di bawah.

1. Langkah ini menjadi kebutuhan yang harus dipenuhi penulis untuk menyelesaikan semester ketujuh dan meraih gelar sarjana.
2. Penulis termotivasi untuk menerapkan pengetahuan yang diperoleh selama masa studi ke dalam lingkungan kerja.
3. Pengalaman kerja dianggap sangat penting bagi penulis untuk tidak hanya memperoleh pengetahuan, tetapi juga menerapkannya dalam situasi praktis.
4. Mengikuti perkuliahan dan aktif berpartisipasi dalam organisasi telah memberikan penulis pemahaman yang lebih mendalam tentang pentingnya kerja tim dan solidaritas.

5. Penulis bertekad untuk terus mengasah dan mengembangkan keterampilan kerja tim dan solidaritas ini dalam konteks pekerjaan di masa mendatang.
6. Melalui kegiatan magang, penulis berharap dapat mengembangkan *soft skill* dan *hard skill*, terutama dalam bidang desain grafis dan komunikasi.
7. Penulis juga berharap dapat mengasah kemampuan berpikir kritis dengan menghadapi tantangan yang dihadapi di dunia kerja.
8. Harapan penulis adalah agar laporan ini dapat memberikan wawasan yang berharga kepada pembaca, terutama mereka yang tertarik dengan media, pengembangan komersial, dan pemasaran.
9. Penulis berharap para pembaca dapat memperoleh inspirasi dan pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya peran *merchandise* dalam mengembangkan bisnis, serta bagaimana strategi pemasaran yang baik dapat memainkan peran krusial dalam penjualan.

1.3 Deskripsi Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis akan memulai dengan menjelaskan prosedur yang harus dilakukan untuk mencapai tempat magang dan jabatan yang diperoleh oleh penulis. Proses-proses ini melibatkan beberapa langkah penting dalam perjalanan penulis menuju kesempatan magang yang diinginkan, dan penulis akan secara rinci menguraikan setiap tahapnya dalam laporan ini.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis bekerja selama 4 Bulan, dari tanggal 4 Januari 2024 sampai dengan 30 April 2024. Periode kerja magang berlaku pada hari Senin hingga Jumat, dimulai pada pukul 8:00 pagi dan berakhir pada pukul 17.00 sore. Pelaksanaan kerja adalah *hybrid*, yaitu penggabungan antara *Work from Office/WFO* dan *Work from anywhere/WFA*, dengan minimal *Work from Office* 2-3 hari dalam satu minggu. kegiatan kerja secara WFH dapat ditentukan secara personal berdasarkan ketentuan yang diberikan oleh perusahaan. Sebagai bentuk untuk memenuhi ketentuan magang MBKM, total jam kerja yang harus dicapai adalah 640 jam.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis memulai proses penempatan magang satu semester sebelumnya untuk Program Magang MBKM, melakukan Pra-KRS dan *Briefing* Magang. Untuk mendaftar Program Magang MBKM, terdapat beberapa persyaratan akademis yang harus dipenuhi, seperti mencapai minimal 90 SKS dalam mata kuliah lulus wajib, memiliki nilai IPK minimal 2.50, dan tidak mendapat nilai D dan/atau E. Proses pendaftaran magang dibagi menjadi beberapa tahap yang diuraikan oleh penulis dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 1.1 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

No	Aktivitas	Keterangan	Lokasi
1	Pra-KRS	Penulis berkonsultasi dengan Dosen Pembimbing Akademik untuk memeriksa persyaratan akademik yang diperlukan agar dapat mengambil program magang merdeka dengan total 20 SKS.	<i>Website</i> my.umn.ac.id
2	Briefing Magang	Pembekalan magang dilakukan pada tanggal 10 November 2023. Briefing ini menjelaskan <i>timeline</i> serta peraturan dalam pendaftaran di tempat magang.	<i>Function Hall</i> UMN
3	Pendaftaran Magang	Penulis mendaftar diri dengan memilih menu Registration > Activity > Internship Track.	<i>Website</i> merdeka.umn.ac.id
4	Pengajuan dan persetujuan tempat magang	Penulis mengajukan beberapa tempat magang dan diverifikasi oleh Koordinator Magang dan	<i>Website</i> merdeka.umn.ac.id

		Kaprodi. PT Kompas menjadi salah satu perusahaan yang terpilih dan disetujui oleh UMN.	
5	Mengumpulkan berkas untuk melakukan Magang di perusahaan yang diinginkan (MBKM 01)	Penulis mengirim dokumen dokumen wajib pada Kompas, yaitu: surat pengantar magang, surat lamaran magang, Curriculum Vitae (CV), dan portofolio karya.	<i>Website</i> merdeka.umn.ac.id dan Kontak Pribadi
6	Proses penerimaan dan wawancara	Proses wawancara dilakukan secara daring, dan setelahnya dikirimkan follow-up melalui Whatsapp group.	<i>Zoom</i>
7	Mengunggah surat penerimaan magang	Surat penerimaan dari tempat magang diunggah ke merdeka.umn.ac.id.	<i>Website</i> merdeka.umn.ac.id
8	Registrasi final (MBKM 02)	Penulis melengkapi data dalam registrasi final/ complete registration mengenai perusahaan magang.	<i>Website</i> merdeka.umn.ac.id
9	Pengisian daily task (MBKM 03)	Penulis mengisi <i>daily task</i> di merdeka.umn.ac.id. Durasi magang minimal 640 jam kerja, ditambah 207 jam bimbingan dan penulisan laporan.	<i>Website</i> merdeka.umn.ac.id
10	Pengisian KRS	Pengisian KRS magang dan pengumuman Dosen Pembimbing Magang di my.umn.ac.id dan grup Line.	<i>Website</i> merdeka.umn.ac.id
11	Memulai Kerja Magang	Melaksanakan kerja magang di Kompas	Menara Kompas

Penulis telah mengajukan lamaran pekerjaan ke Harian Kompas melalui *website* karier.kompas.id dan mendapatkan undangan untuk mengikuti wawancara pada tanggal 8 Desember pukul 10 pagi. Proses wawancara berlangsung secara *online*. Wawancara pertama-tama dimulai dengan pertanyaan mengenai pengetahuan penulis tentang perusahaan yang dilamar, dan selanjutnya melanjutkan ke pertanyaan-pertanyaan yang lebih rinci mengenai portofolio penulis.

Penulis menerima email yang berisi surat penawaran pekerjaan 1 minggu setelah menyelesaikan wawancara. Surat tersebut memberitahu bahwa penulis dapat memulai bekerja pada tanggal 4 Januari 2024. Setelah melalui tahap wawancara dan menyelesaikan registrasi di Universitas Multimedia Nusantara (UMN). Sebagai bagian dari registrasi ini, penulis memperoleh dokumen seperti MK-01, MK-02, serta surat pelaksanaan kerja yang mengizinkan penulis untuk memulai pekerjaan pada tanggal 4 Januari 2024. Durasi kerja penulis adalah selama 640 jam, dimulai dari 4 Januari dan berakhir pada 30 April 2024.

