

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dampak *media sosial* sebagai penunjang usaha pun terlihat dari pola beli masyarakat Indonesia. Indonesia sendiri terkenal memiliki banyak hari raya keagamaan yang dirayakan, mendorong daya beli masyarakat terutama pada hari raya. Budaya merayakan hari raya di Indonesia sendiri tak luput dari pemberian kado, bingkisan, dan *hampers* sebagai buah tangan. Dengan berkembangnya budaya ini dalam sosial media sebagian besar *customer* menggunakan kemasan yang kekinian mendorong produksi kemasan *gift box* (Siteadmin, 2024).

Industri *porcelain* adalah bagian integral dari pasar peralatan makan global yang terus berkembang. Di tengah meningkatnya permintaan akan produk peralatan makan berkualitas tinggi, PT. Kedaung Oriental Porcelain Industri (KOPIN) memegang peranan penting sebagai pemimpin dalam industri ini. KOPIN telah menjelma menjadi salah satu produsen porselen terkemuka sejak didirikan pada tahun 1989. Dengan sejarah yang kaya dalam kerajinan *porcelain*, perusahaan ini telah membangun reputasi yang kuat untuk kualitas dan inovasi.

Profil singkat perusahaan mencerminkan dedikasi KOPIN terhadap seni dan kualitas dalam pembuatan *porcelain*. Dengan fokus pada peralatan makan, perusahaan ini tidak hanya menghasilkan produk yang *funksional*, tetapi juga estetis yang memikat. Selain itu, KOPIN juga memperluas bisnisnya dengan mendirikan Divisi KOPIN Gift Box pada tahun 2019, menunjukkan kemampuannya untuk beradaptasi dengan tren dan kebutuhan pasar yang berkembang. Divisi *Giftbox* KOPIN berkembang pesat dan mampu memproduksi jutaan kotak kado dan *packaging* dalam berbagai bentuk dan desain. *Giftbox* juga masih terbilang cukup baru di Indonesia (PT.KOPIN 2024).

Pilihan untuk menjalani magang di PT. Kedaung Oriental Porcelain Industri Giftbox Division didasarkan pada beberapa alasan yang kuat. Pertama-tama, ketenaran perusahaan sebagai salah satu tempat pembuat kotak kado yang berskala pabrik memberikan kesempatan untuk terlibat langsung dalam proses pembuatan dan pemasaran produk *Giftbox* yang berkualitas tinggi. Magang di KOPIN giftbox ini memberikan akses ke tim profesional yang berpengalaman dalam industri ini, memungkinkan Mahasiswa Magang untuk belajar dari para ahli dalam bidangnya.

Selain itu, keputusan untuk magang di Kedaung Oriental Porcelain Giftbox Division didorong oleh minat pribadi Mahasiswa Magang dalam Sosial media. Industri *Giftbox* menawarkan panggung yang unik untuk mengekspresikan kreativitas melalui desain dan produksi konten. Dengan magang di Kedaung Oriental Porcelain *Giftbox* Division, Mahasiswa Magang berharap dapat mengasah Kreativitas Mahasiswa Magang dalam merancang dan menghasilkan konten yang menarik.

Selain itu, visi KOPIN untuk masa depan yang inklusif dan inovatif juga menjadi faktor penentu dalam memilih tempat magang ini. Perusahaan ini tidak hanya berfokus pada pengembangan produk, tetapi juga pada pemanfaatan teknologi dan praktik bisnis yang berkelanjutan. Ini menciptakan lingkungan yang memungkinkan para magang untuk terlibat dalam proyek-proyek yang relevan dan memperluas pemahaman mereka tentang dinamika industri modern.

Sebagai seorang mahasiswa jurusan Komunikasi yang menjalani magang sebagai *Content Planner*, tugas Mahasiswa Magang di PT. Kedaung Oriental Porcelain Industri Giftbox Division memiliki signifikansi yang besar, baik bagi perusahaan maupun bagi pengembangan kompetensi Mahasiswa Magang secara pribadi seperti diperkenalkan aplikasi untuk mempermudah dalam pembuatan *content planning* seperti aplikasi trello.

Content planner dibutuhkan oleh PT. Kedaung Oriental Porcelain Industry Giftbox division dikarenakan untuk membuat konten lebih teratur dan terjadwal. Untuk mendukung dalam strategi pemasaran konten perusahaan.

Peran sebagai *Content Planner* memungkinkan Mahasiswa Magang untuk berperan dalam merencanakan dan mengelola konten yang disebar oleh perusahaan melalui berbagai *platform* media sosial dan *online*. Tugas ini sangat penting bagi perusahaan karena konten yang dirancang dengan baik dapat meningkatkan kesadaran merek, keterlibatan pelanggan, dan, pada akhirnya, konversi penjualan. Dengan menyajikan konten yang relevan, menarik, dan sesuai dengan identitas merek perusahaan, Mahasiswa Magang membantu memperkuat citra perusahaan dan memperluas jangkauannya di pasar.

Tetapi, tidak hanya bagi perusahaan, tugas sebagai *Content Planner* juga memiliki pentingnya dalam pengembangan kompetensi Mahasiswa Magang sebagai mahasiswa ilmu Komunikasi. Mahasiswa Magang memiliki kesempatan untuk mengaplikasikan teori-teori komunikasi yang Mahasiswa Magang pelajari di dalam kelas ke dalam praktik di dunia nyata. Selain itu, Mahasiswa Magang juga belajar untuk berkolaborasi dengan berbagai departemen di perusahaan, memperluas jaringan profesional Mahasiswa Magang, dan mengasah keterampilan manajemen waktu dan proyek.

Dalam menjalankan tugas sebagai *Content Planner*, Mahasiswa Magang menerapkan Menurut Ahli Pemasaran Digital, Dave Chaffey, dalam bukunya yang berjudul "Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice" (2019), content planner adalah "seorang profesional yang bertanggung jawab untuk mengembangkan rencana konten yang efektif untuk memenuhi tujuan pemasaran digital perusahaan." Hal ini menggarisbawahi peran penting *content planner* dalam mengarahkan upaya pemasaran digital ke arah yang produktif dan strategis.

Salah satu konsep utama adalah penggunaan kalender *editorial*. Kalender *editorial* membantu dalam merencanakan konten dengan lebih sistematis, memastikan konsistensi dalam penampilan konten, serta memungkinkan penyesuaian berdasarkan *trend* dan peristiwa terkini. Selain itu, Mahasiswa Magang juga mengadopsi model storytelling dalam pembuatan konten. Dengan menceritakan cerita yang menarik dan relevan, Mahasiswa Magang dapat membangun hubungan yang lebih kuat dengan audiens perusahaan dan mempengaruhi perilaku mereka secara positif.

Dalam laporan magang ini, Mahasiswa Magang akan membahas secara rinci pengalaman Mahasiswa Magang sebagai *Content Planner* di PT. Kedaung Oriental Porcelain Industri Giftbox division. Laporan ini akan mencakup deskripsi tugas-tugas yang Mahasiswa Magang lakukan, pencapaian yang telah Mahasiswa Magang capai selama masa magang, serta *refleksi* pribadi tentang pembelajaran dan pengalaman yang Mahasiswa Magang peroleh. Melalui laporan ini, Mahasiswa Magang berharap dapat memberikan wawasan dan pengetahuan yang Mahasiswa Magang dapatkan kepada pembaca, serta memberikan pandangan tentang pentingnya magang sebagai bagian *integral* dari pendidikan tinggi dalam mempersiapkan mahasiswa untuk karir di dunia nyata.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang memiliki maksud untuk mendapatkan gambaran tentang aktivitas *Content planner* pada perusahaan PT. Kedaung Oriental Porcelain Industry Giftbox Division Secara khusus, aktivitas pelaksanaan magang ini bertujuan untuk:

1. Mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang industri *Giftbox* dan *packaging*, strategi pemasaran konten, dan tren terkini dalam media sosial.
2. Meningkatkan kemampuan *Soft skill* dalam berkolaborasi dengan tim, berkomunikasi secara efektif, dan mengelola waktu dengan baik.

3. Meningkatkan kemampuan *hard skill* seperti riset kompetitor
4. Membangun hubungan dengan profesional di industri dan pemasaran, serta memperluas jaringan kontak yang berguna untuk karir masa depan.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang berlangsung pada 9 Agustus 2023 - 9 Januari 2024.

1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Magang

1.3.2.1. Proses Administrasi Kampus (UMN)

1. Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN.
2. Mengisi KRS internship di myumn.ac.id dengan syarat telah menempuh 90 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 MBKM-01 lebih dari satu kali melalui pengisian Google Form di e-mail untuk verifikasi tempat magang yang memenuhi persyaratan dan mendapat persetujuan dalam bentuk MBKM-02 (Surat Pengantar Magang) dari Kepala Program Studi

1.3.2.2. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

1.3.2.3. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

1. Praktek kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai Content Planning di PT. Kedaung Oriental Porcelain Industry.
2. Penugasan dan kebutuhan informasi, didampingi langsung oleh Sosial Media Specialist Antonius Budi Pratama selaku Pembimbing Lapangan.

3. Pengisian dan penandatanganan form MBKM-03 sampai MBKM-04 (Lembar Verifikasi Laporan) dilakukan pada saat proses praktik kerja magang berlangsung.

1.3.2.4. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

1. Pembuatan laporan praktek kerja magang dibimbing oleh Bapak Hanif Suranto selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan zoom meeting.
2. Laporan praktek kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.

1.3.2.5. Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui diajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang.