

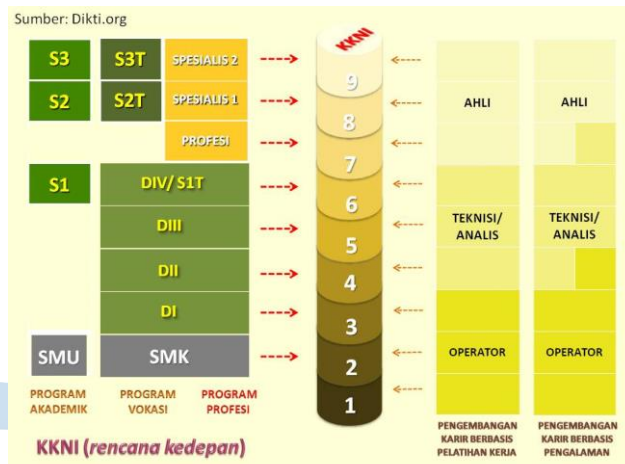
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tingginya kebutuhan akan sumber daya manusia yang terampil secara teknis dan dapat mengikuti lingkungan kerja yang dinamis, menegaskan peran politeknik sebagai institusi pendidikan vokasi sangat dibutuhkan. Berdasarkan Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia terdapat 9 jenjang kualifikasi dan mengacu pada Perpres no 8 tahun 2012, politeknik dibentuk untuk mengharmonisasikan pendidikan dan pelatihan kerja, serta pengalaman kerja, untuk memberikan pengakuan kompetensi kerja sesuai struktur pekerjaan di berbagai sektor.

Dalam struktur KKNI, gelar sarjana terapan di politeknik memiliki posisi setara dengan gelar sarjana di universitas. Perbedaan utama terletak pada metode pembelajaran di politeknik, yang menekankan pengembangan kemampuan kinestetik untuk memastikan pemenuhan tuntutan lapangan kerja yang dinamis. (Peraturan Presiden (PERPRES), 2012) sehingga hal ini juga menjadi pertimbangan bahwa politeknik mulai dilirik sebagai salah satu pilihan dalam menempuh pendidikan lanjutan.



Gambar 1.1 Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI)

Sumber: Dikti.org

Kehadiran Multimedia Nusantara Polytechnic dipicu oleh komitmen institusi untuk memajukan industri kreatif yang memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian Indonesia. Sektor ekonomi kreatif yang tetap kokoh meskipun dihadapkan pada pandemi, berbeda dengan sektor-sektor lain yang mengalami penurunan bahkan kebangkrutan akan tetapi

realisasi sumber daya yang melimpah dan berkualitas pada sektor ekonomi kreatif tidaklah banyak. Irfan Wahid selaku Ketua Kelompok Kerja Industri Kreatif Komite Ekonomi Industri Nasional menekankan bahwa tantangan Indonesia terkait kebutuhan akan 58 juta tenaga kerja terampil yang harus disiapkan dan berkontribusi hingga tahun 2030. Semua kebutuhan ini nantinya akan mencerminkan kemampuan Indonesia dalam menanggapi dinamika industri dan perkembangan teknologi yang dihadapi di masa depan (Hikam, 2019)

Adanya Multimedia Nusantara Polytechnic diharapkan dapat meningkatkan jumlah sumber daya manusia yang memiliki pemahaman yang mendalam pada teknologi. Diharapkan, lulusan Multimedia Nusantara Polytechnic menjadi mahasiswa berkualitas karena dalam pembelajaran ini secara kontinu berubah dan mengikuti kebutuhan industri. Meskipun merupakan politeknik swasta yang baru berdiri dan diresmikan pada 2021, Multimedia Nusantara Polytechnic telah menjalin kerja sama dalam bentuk *link and match*.

Memahami kebutuhan industri yang secara bertahap akan selalu berubah, Multimedia Nusantara Polytechnic berhasil menggaet 16 perusahaan untuk ketiga program studi yaitu *Event Management*, *E-Commerce Logistics*, dan *Digital Animation*. Multimedia Nusantara Polytechnic juga menggaet Sekolah Menengah Kejuruan maupun Sekolah Menengah Atas. Total keseluruhan SMA dan SMK yang sudah digaet sebanyak 24 institusi pendidikan untuk kebutuhan kerja sama demi menyelaraskan kurikulum yang sejalan politeknik.

Di sektor pendidikan, Multimedia Nusantara Indonesia berkompetisi dengan politeknik swasta dan universitas di JABODETABEK yang menawarkan program studi serupa maupun peminatan jurusan yang sama dengan program studi Logistik Niaga-El, Animasi, dan Pengelolaan Konvensi dan Acara. Program studi *Event Management* memiliki kemiripan kurikulum dengan program studi Event yang ada di perguruan tinggi swasta Prasetya Mulya yang berada di Tangerang. Program studi serupa di program studi Logistik Niaga-El ada di politeknik LP3I yang berada di Jakarta Pusat. Adapun jurusan Desain Komunikasi Visual yang menjurus pada peminatan animasi Universitas Multimedia Nusantara yang berada di Tangerang ataupun di Politeknik Sains Seni Rekreasi yang berada di Bogor juga menjadi kompetitor bagi Multimedia Nusantara Polytechnic karena memberikan banyak pertimbangan bagi calon mahasiswa dalam memilih Multimedia Nusantara Polytechnic sebagai tempat kuliah.

Multimedia Nusantara Polytechnic masih dikategorikan baru sebagai politeknik swasta dan membutuhkan publikasi serta diperlukannya informasi yang lebih cepat dalam menyebarkan

informasi terkait kampus salah satunya dengan menggunakan media sosial, dalam penyebaran informasi di berbagai platform dalam bentuk konten, perlu ada seseorang yang memahami dan menjadi representasi bagi perusahaan yang dikenal dengan *Content Creator*.

Content creator secara harafiah merupakan individu ataupun merek yang bertanggung jawab untuk menyebarkan informasi maupun data yang telah diubah menjadi berbagai media seperti foto, video, dan tulisan yang dapat disebut sebagai konten (Tafesse & Dayan, 2023). Pemahaman lainnya terkait dengan *Content Creator* yaitu seseorang yang memiliki peranan sebagai content creator aktif dalam menyebarkan informasi melalui ragam bentuk konten diantaranya gambar, video, serta tulisan dengan tujuan didistribusikan melalui berbagai platform termasuk media sosial *Instagram*. Seiring dengan perkembangan waktu, pengguna *Instagram* telah menjadikan platform ini menjadi sarana untuk berbagai kegiatan bisnis, pembentukan citra produk, citra pribadi, dan citra perusahaan.

Kompetensi utama bagi para pembuat konten ada pada kemampuannya dalam memproduksi, mendistribusikan, berinteraksi dengan konten, membentuk citra publik, pembinaan relasi yang positif dengan pihak terkait, membangun koneksi dengan audiens, dan mempengaruhi pengikut melalui pemahaman, sikap dan tindakan yang ditunjukkan pada berbagai platform yang digunakan (Miguel et al., 2023).

Platform *online* berbasis pembuatan konten pada saat ini menjadi saluran penting untuk komunikasi dan pemasaran. Hal dan keadaan sekarang juga menunjukkan bahwa platform-platform ini menyediakan arena bagi sekelompok pekerja kreatif untuk memanfaatkan *followers* demi kesuksesan wirausaha di dalam dan di luar platform. Media sosial dapat secara gamblang dikatakan sebagai platform atau penghubung *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial (Nasrullah, 2017 p. 11).

Media sosial terbagi atas enam jenis dan berkembang hingga delapan media sosial lainnya diantaranya adalah: *blogs, collaborative projects, content communities, social networking sites, virtual game words, virtual social words, microblogging, media sharing* (Kaplan & Haenlein, 2020). Media sosial *Instagram* merupakan *media sharing* yang digunakan untuk mengunggah foto, video, dan audio dalam media sosial. Terdapat pemarkaran konten yang biasa dikatakan sebagai *Content marketing* pada media sosial yang digunakan sebagai suatu medium komunikasi pemasaran memiliki manfaat untuk dapat melakukan kegiatan komunikasi pemasaran pada pelanggan. (Chakti, 2019 p.126)

Kekuatan media sosial yang digunakan saat ini juga mendominasi menyatakan bahwa persentase tertinggi masih ada pada penggunaan media sosial, pada pengguna menggunakan media sosial berupa *website* dengan optimasi, rekomendasi dan komentar pada media sosial, dan periklanan pada media sosial masih menduduki tiga teratas. (Hootsuite and We Are Social, 2023).

Pemegang mengacu pada kebutuhan saat ini yaitu media sosial yang menjadi platform fokusnya adalah eksistensi para pengguna yang memfasilitasi banyak orang sehingga dapat berkolaborasi maupun beraktifitas, hal ini mendorong pemegang untuk dapat mengeksplorasi berbagai pola dan juga interaksi media sosial khususnya pada sektor yaitu pendidikan. Pemegang memilih Multimedia Nusantara Polytechnic dengan bagaimana cara untuk menyusun strategi dalam media sosial dan juga dalam mempelajari media sosial secara menyeluruh sesuai dengan minat. Proses dari awal hingga taraf menengah dalam aktivitas media sosial, mempengaruhi pemegang sehingga dapat memenuhi dan memahami pergerakan penonton secara berkala. Pemegang memiliki ketertarikan untuk membuat konten yang berhubungan dengan sektor pendidikan.

Pemegang memiliki tugas sebagai *Content Creator* yang berfokus kepada pembuatan konten dari *brainstorming* konten, menentukan *target audience*, membuat *brief* konten, menentukan talents yang tepat, eksekusi (melakukan penyuntingan pada konten), dan distribusi konten ke media sosial yaitu *Instagram*.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang memiliki maksud untuk mendapatkan gambaran tentang aktivitas *content creator* dalam mengatur media sosial pada Multimedia Nusantara Polytechnic diarahkan pendidikan. Secara khusus, aktivitas pelaksanaan magang ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui peran dan pekerjaan dari *Content Creator* dalam divisi *Public Relations* di Multimedia Nusantara Polytechnic di sektor pendidikan.
2. Mengasah *hard skill* selama magang sebagai *Content Creator* meliputi *shooting video* dan *editing* maupun *soft skill* yaitu adaptasi, *creative thinking*, dan manajemen waktu.
3. Mengimplementasikan kemampuan dan praktik yang sudah diajarkan oleh dosen Universitas Multimedia Nusantara diantaranya mata kuliah *Art*, *Copywriting*, *Digital Graphic Communication*, dan *Visual & Photographic Communication*

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang berlangsung pada bulan September sampai Desember 2023 dengan durasi enam ratus empat puluh jam kerja sesuai dengan Panduan MBKM Magang Track 1 dan sesuai dengan arahan dari Program Studi. Hal ini selaras dengan surat penerimaan kerja magang dengan jadwal berikut:

- Hari kerja : Senin - Jumat dan Sabtu
Jam kerja : 08.00 – 19.00 WIB atau 09.00 – 14.00 WIB
Sistem kerja : *Hybrid* (WFO dan WFH)

Jadwal terlampir dapat berubah jika terdapat lembur karena mengurus *event* dan lain sebagainya. Selain itu, untuk mengejar durasi 640 jam dari kampus, pekerja magang juga berhak untuk mengajukan *overtime* kepada perusahaan dan dicatat sebagai jam kerja. Maka dari itu, berdasarkan keterangan tersebut, pekerja magang sudah melampaui ketentuan 640 jam yang ditentukan oleh kampus sebelum sidang magang mendatang.

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 luring di *Lecture Theatre*.
- 2) Mengisi KRS *internship* di myumn.ac.id dengan syarat telah menempuh 110 sks dan tidak ada nilai D & E. Serta mengajukan 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 mengirim *Curriculum Vitae* (CV) dan menyelesaikan *Assessment Task* pada tanggal 28 Agustus 2023 melalui *e-mail* yang tertera pada akun Instagram stratcomm_umn.
- 2) Proses penerimaan praktik kerja magang di Multimedia Nusantara Polytechnic dengan menerima pesan lolos seleksi melalui akun Whatsapp salah satu HRGA di divisi *Admission and Public Relations* pada tanggal 16 Januari dan mendapat surat penerimaan praktik kerja magang pada tanggal 13 September yang ditandatangani oleh Supervisor Humas, Pak Fakhriy Dinansyah, S.I.Kom., M.M..

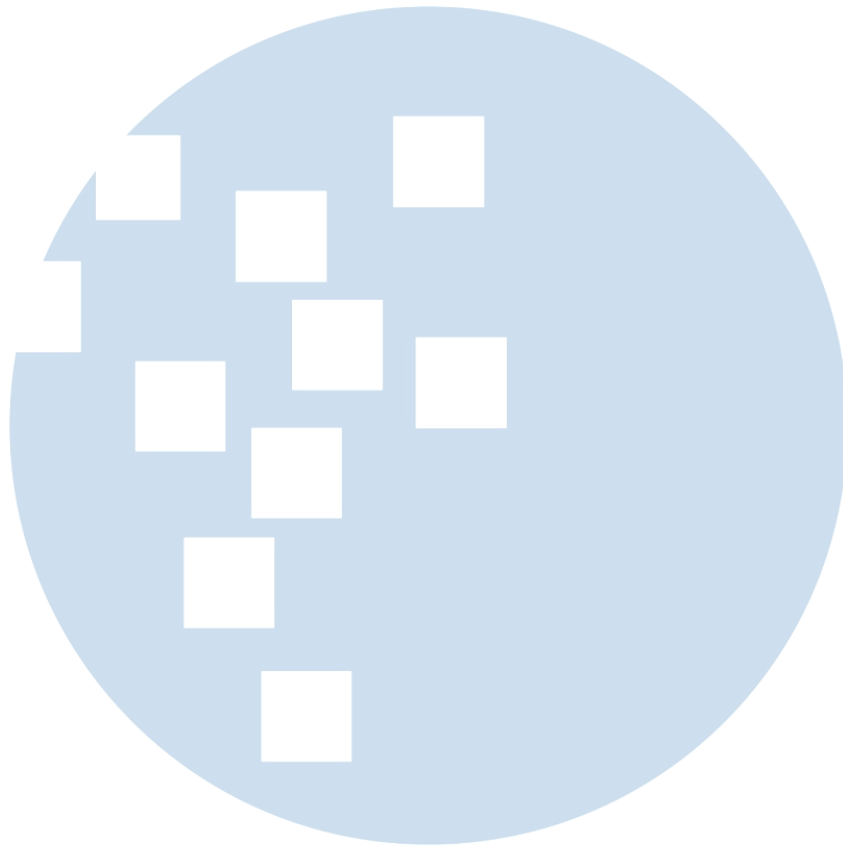
C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai *Social Media Intern* pada Departemen *Admission and Public Relations*.
- 2) Penugasan dan kebutuhan informasi, didampingi langsung oleh Supervisor Humas, Pak Fakhriy Dinansyah, S.I.Kom., M.M 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 Hanif Suranto, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing melalui *Zoom meeting*.
- 2) Laporan praktik kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.

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



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA