

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Fenomena dunia kerja saat ini sangat unik dan beragam macamnya, tentunya hal ini disebabkan oleh kondisi sebelumnya seperti pandemi COVID-19 orang – orang mulai merubah kebiasannya. Menurut Oswar Mungkasa dalam jurnalnya Sejak menyebarnya COVID-19 di Wuhan tahun 2020, masyarakat mengalami kepanikan dan mulai menyebar yang juga menjangkau seluruh dunia. Pemicu dari kondisi adalah dari banyaknya data korban pada jangka waktu relatif pendek dan semua kalangan masyarakat menghadapi pandemi COVID-19 ini. Seluruh negara setelah itu menerapkan Protokol COVID-19 berdasarkan dengan anjuran dari *World Health Organization* (WHO), mulai dari tidak berkerumun, cuci tangan, menjaga jarak, membatasi keluar rumah bahkan dilakukan langkah isolasi mulai isolasi mandiri perorangan, komunitas, bahkan seluruh. Sebagai akibatnya banyak kantor baik pemerintah maupun swasta yang kemudian menerapkan skema bekerja dari rumah (*Working from Home/WFH*). Pascapandemi COVID-19, saat ini keadaan sudah mulai mereda dan orang – orang sudah diperbolehkan untuk melakukan mobilisasi kembali ke tempat kerja atau *Working from Office (WFO)* dan dunia kerja mengalami pergantian era menuju *Society 5.0* yang kedepannya akan berhubungan erat dengan banyaknya perkembangan seperti pengembangan kota (*Smart City*), pengembangan sumber daya manusia, hingga pengembangan pendidikan. *Society 5.0* merupakan masyarakat yang dapat mendapatkan solusi dari berbagai *problem* dan tantangan sosial dengan menggunakan berbagai inovasi yang lahir di era Revolusi industri 4.0 seperti *Artificial Intelligence* atau kecerdasan buatan, *Big Data* atau data dalam jumlah besar, *Internet on Things* atau internet untuk segala sesuatu, dan juga robot untuk dapat meningkatkan kualitas hidup. *Society 5.0* juga dapat diartikan sebagai sebuah konsep masyarakat yang berpusat pada manusia dan berbasis teknologi (Kemendikbud.go.id, 2021 dalam M. Iksan Kahar, dkk, 2021).

Ketika pandemi COVID-19 terjadi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud) berinovasi dengan menciptakan MBKM atau Proqram Merdeka Belajar dan pembelajaran berbasis digital di Indonesia saat menghadapi pandemi COVID-19. Kampus Merdeka adalah sebuah kebijakan dari KEMENDIKBUDRISTEK atau Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi yang mempunyai tujuan untuk membantu mahasiswa agar dapat menguasai ilmu yang nantinya bermanfaat untuk memasuki dunia kerja. Persaingan untuk masuk kedalam dunia kerja tentunya ketat, persaingan ini tentu bisa datang dari berbagai daerah di Indonesia bahkan banyak negara yang berbeda, dengan membekali keterampilan sesuai dengan kebutuhan industri saat ini, merupakan suatu keharusan bagi mahasiswa yang akan memasuki era dari persaingan global dalam dunia kerja (Meke et al., 2021: 5 dalam Alawi Dindin, dkk, 2022). Berdasarkan dari kutipan diatas menjelaskan bahwa kondisi dunia kerja saat ini sangat membutuhkan tenaga kerja yang terampil, kreatif dan sesuai dengan kebutuhan saat ini. Salah satu yang paling dibutuhkan di dunia kerja saat ini adalah *Content Creator*. *Content Creator* ialah sebuah keahlian seseorang untuk memproduksi suatu konten baik berupa video, tulisan, gambar ataupun *mix* dari dua atau lebih. Konten tersebut nantinya akan menjadi alat Komunikasi yang akan disebar melalui media digital, seperti TikTok, Instagram, Youtube dan berbagai platform media lainnya (Sayugi, 2018) tetapi pada praktiknya banyak nama yang dipakai untuk menggambarkan content creator ini seperti pada Multimedia Nusantara Polytechnic yang selanjutnya disebut MNP lebih dikenal sebagai *Content Creative* yang tergabung dalam Departemen *Public Relations (PR)*. *Content Creative* pada MNP memiliki peran yang penting untuk membantu tim PR dalam penyampaian pesan kepada audiens terhadap produk MNP yaitu program studi yang ada di MNP dan bertujuan untuk dapat lebih dikenal lagi oleh masyarakat luas. Kehadiran *Content Creative* pada MNP memiliki tugas untuk membantu dalam memberikan informasi terkait produk yang dimiliki oleh kampus kepada audiens yang dibuat dalam bentuk konten berupa video Instagram Reels/YouTube/TikTok, gambar Instagram carousels dan poster. Dibuat dengan

menarik, informatif dan kreatif sehingga audiens memahami pesan yang ingin disampaikan melalui konten tersebut. Hal inilah yang membuat peran dari *Content Creative* penting dalam sebuah institusi atau Perusahaan, karena dalam usaha penyampaian pesan yang bisa diterima oleh audiens perlu direncanakan dengan matang oleh *Content Creative* sehingga audiens dapat lebih *aware* terhadap produk dari institusi atau Perusahaan tersebut.

Seorang *Content Creator* yang sukses diharapkan mampu (1) mengatur *time management*, (2) membuat konten sesuai dengan kebutuhan perusahaan, (3) mempunyai *copywriting style* yang *up to date*, (4) berfikir seperti *audience* dan (5) mempunyai *networking* yang luas (Street dalam Kussanti, D.P., dkk:2022). Saat ini peran dari seorang *Content Creator* sangat dibutuhkan karena penggunaan *social media* yang kini menjadi wadah untuk berkarya dan berpromosi untuk perusahaan. Keunggulan dari menggunakan media sosial adalah mampu dengan cepat menyebar luaskan suatu informasi atau promosi ke masyarakat atau yang dikenal sebagai *viral*. Biaya untuk melakukan promosi di media sosial juga lebih murah dibandingkan dengan melakukan promosi tradisional. *Viral marketing* adalah teknik pemasaran dengan bantuan jaringan sosial untuk menyampaikan pesan atau iklan kepada target konsumen (Daniel, 2018). Untuk bisa melakukan pekerjaan tersebut dibutuhkan seorang yang ahli salah satunya adalah seorang *content creator* yang memang ahli dalam membuat konten dalam berbentuk foto ataupun video di media sosial. Berikut merupakan tanggung jawab penulis sebagai *Content Creator* yang selanjutnya disebut sebagai *Content Creative* di MNP, dimana tugas dari *Content Creative* dalam MNP yaitu merancang ide-ide dan pembuatan konten dengan mencari referensi melalui media sosial dan tools lainnya untuk memonitor tren terbaru. Hasil dari pencarian dan pembuatan ide konten ini biasanya disebut *brainstorming* lalu dimasukkan ke *content plan* atau *content brief*. Selanjutnya, penulis akan melakukan *brainstorming* dengan tim intern lainnya dan mengatur jadwal untuk memproduksi dan mendistribusi konten. Proses pembuatan konten ini juga melihat ketentuan perusahaan dan relevan dengan audiens sehingga harus

mengikuti tren yang sedang hangat di masyarakat. Sesuai dengan perusahaan jenis konten yang biasa di garap adalah konten yang berbentuk edukasi dan promosi. Proses pembuatan konten biasanya dimulai dari tahap *ideation* yang dimana tahap ini mengambil gambaran besar dari jenis konten yang ingin diproduksi yang nantinya ide konten akan dituangkan dalam sebuah slide presentasi atau sebuah tulisan yang nantinya akan di ulas oleh *supervisor* dan ide konten yang disetujui akan diperbolehkan untuk masuk ke tahap selanjutnya yaitu pengambilan gambar atau *shooting*.

Pendidikan kejuruan vokasi pada jenjang pendidikan tinggi pada dasarnya lebih mengutamakan untuk mempersiapkan lulusan tenaga kerja yang memiliki keterampilan. Dimana sifat Pendidikan vokasi harus cepat beradaptasi terhadap perubahan zaman. Di era industri 4.0 mayoritas masyarakat menganggap bahwa pendidikan vokasi tidak memiliki prospek yang gemilang kedepannya, tetapi pada faktanya pada saat ini Pendidikan vokasi mendapatkan perhatian khususnya dari Presiden Joko Widodo bahwa sekolah Vokasi sangat dibutuhkan di Indonesia. Menurutnya infrastruktur, dunia kini sudah berubah sama pentingnya dengan sekolah vokasi dan harus diimbangi dengan kualitas sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas pula dan Indonesia memerlukan SDM berkualitas tersebut atau Indonesia akan tertinggal dalam perubahan dunia yang saat ini mengalami perubahan dengan pesat. Presiden Joko Widodo juga menambahkan perubahan cepat ini contohnya adalah saat ini mulai dari internet menjadi mobile internet, dari mobile bergeser ke *artificial intelligence* atau *AI*, *robotics* lalu *tesla hyperloop*. Dari sinilah bisa dilihat bahwa sekolah vokasi dan politeknik sangat dibutuhkan.

Vokasi atau politeknik merupakan Pendidikan keahlian yang setara dengan politeknik. Dasar dari Pendidikan vokasi ini lebih menjurus pada ilmu terapan, bahkan setelah lulus dari sekolah vokasi gelar yang didapatkan salah satunya adalah Sarjana Terapan (S. Tr). Pada Pendidikan tinggi vokasi mahasiswanya memiliki porsi praktik lebih besar dari Pendidikan tinggi universitas yaitu 60% praktik dan 40% teori. Para dosen dan pengajar juga diharuskan mempunyai sertifikasi profesi.

Pendidikan vokasi ini menekankan pada pengajaran terstruktur dan keahlian yang terarah. Berdasarkan data kemristekdikti, Pendidikan vokasional di Indonesia mempunyai lebih dari 1.365 lembaga Pendidikan, diantaranya 1.103 akademi kejuruan dan 262 politeknik. Jika dibandingkan dengan negara China/Tiongkok yang memiliki 56% perguruan tinggi vokasi, Indonesia hanya memiliki 16% Pendidikan Vokasi. Dapat disimpulkan bahwa Pendidikan Vokasi di Indonesia masih kurang diminati. Padahal pada praktiknya banyak siswa yang masih belum memahami dan membedakan antara universitas dan politeknik. Banyak siswa tidak mengetahui bahwa universitas cocok bagi siswa yang menyukai metode belajar teoritis, sedangkan siswa yang menyukai metode belajar praktik lebih condong ke politeknik.

Mayoritas dari siswa kurang *aware* bahwa politeknik di MNP tidak hanya memberikan Pendidikan praktis, melainkan MNP juga memiliki cara belajar yang mempersiapkan mahasiswanya untuk bisa langsung bekerja di industri yang mereka inginkan, seperti bagi siswa yang memiliki minat membuat *event* atau tergabung dalam kru event besar mereka bisa masuk dalam program studi *Event Management* di MNP karena program studi ini dirancang sedemikian rupa sehingga materi yang dipelajari sesuai dengan tuntunan industri *event*. Pentingnya pengalaman kerja vokasional juga tekankan di MNP, dengan analogi seseorang hakim memerlukan pengalaman yang banyak dan jam terbang yang lama sebelum diizinkan menjadi hakim, oleh karena itu MNP juga membantu mahasiswanya untuk memiliki jam kerja yang tinggi agar nantinya mereka bisa lebih siap untuk turun langsung ke dalam industri yang mereka tekuni.

Dilansir dari Kompas.id, politeknik mempunyai tugas strategis untuk memberikan dukungan pada Pembangunan SDM atau Sumber Daya Manusia yang siap terjun ke dunia kerja dan berkualitas ilmunya. Kemendikbudristek juga terus berupaya untuk menurunkan sekat antara industri dan satuan Pendidikan Vokasi melalui serangkaian kebijakan Medeka Belajar. Untuk itu peningkatan kualitas

Pendidikan Vokasi mendapatkan dukungan untuk bisa berkolaborasi bersama industri.

Menurut Menteri Perencanaan Pembangunan Nasional Republik Indonesia (PPN RI) mengatakan bahwa saat ini pemerintah sedang melaksanakan berbagai upaya jangka panjang untuk mendorong penurunan ketimpangan. Salah satu upaya yang dimaksud adalah penciptaan lapangan kerja melalui peningkatan keterampilan, sertifikasi, magang, kemitraan industri, dan investasi yang menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar. Menurut Bambang, Pendidikan Vokasi dapat menjadi solusi untuk mengurangi angka pengangguran karena Vokasi bisa menjadi pengembangan Pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) berbasis kompetensi. Selain itu, Vokasi juga dapat menjadi wadah pengembangan Balai Latihan Kerja berbasis kompetensi dan pengembangan Pendidikan tinggi berbasis kompetensi (ugm.ac.id, 2017).

Dari Deputi Bidang Statistik Sosial, BPS, Ateng Hartono saat Seminar Publikasi Proful Pendidikan Vokasi Tahun 2023 mengatakan “ini adalah kabar baiknya, 29 persen lulusan politeknik telah bekerja sebelum mereka lulus. Dari 31% lulusan PTV yang lulus setahun yang lalu, saat ini sudah bekerja, dimana 29% telah bekerja bahkan sebelum lulus.”

Dilansir dari website [mnp.ac.id](http://mnp.ac.id), Multimedia Nusantara Polytechnic atau yang selanjutnya disebut MNP adalah perguruan tinggi vokasi yang memiliki visi untuk mengembangkan dan memberdayakan talenta dengan kompetensi dan keterampilan profesional di bidang media digital dan industri kreatif. MNP merupakan bagian dari Kompas Gramedia (KG), salah satu Perusahaan media terbesar di Indonesia yang kini telah berkembang dengan ratusan unit bisnis multi industri. Seperti pada vokasi pada umumnya yang memiliki porsi praktik lebih besar, MNP memiliki kurikulum *Learn by Real Case Project* yaitu belajar bekerja dalam praktik kerja nyata dengan mitra industri secara berjenjang sejak awal studi, serta memberikan pengalaman kerja yang relevan dengan industri sekarang, keterampilan lapangan, dan sikap yang profesional. Tidak hanya itu, MNP juga menerapkan konsep *Link*

*& Match* yaitu mengintegrasikan misi Pendidikan dan industri, menyatukan *experience* dalam belajar dan bekerja dalam satu lingkungan pendidikan. Penerapan konsep akademik melalui pengembangan individu dengan keunggulan yang spesifik, sesuai dengan sikap, mentalitas, dan perilaku yang dibutuhkan industri juga diterapkan di MNP. MNP juga menghadirkan atmosfer dan skema kolaborasi yang sinergis dengan setiap mitra melalui beragam program dan proyek kerja sama. Kurikulum di setiap mitra melalui beragam program dan proyek kerja sama. Kurikulum di setiap program studi MNP dirancang sesuai konsep *Link & Match* dengan industri.

Penulis memilih MNP sebagai tempat untuk melakukan magang dikarenakan penulis memiliki ketertarikan terhadap sektor edukasi. Penulis meyakini bahwa MNP dapat menjadi tempat yang bisa membantu penulis untuk bisa meningkatkan kemampuan dan menambah pengalaman penulis sehingga penulis nantinya bisa mengimplementasikannya ke pekerjaan. Alasan selanjutnya penulis memilih MNP sebagai tempat kerja magang adalah karena MNP merupakan bagian dari KG Group atau Kompas Gramedia Group dan merupakan adik dari Universitas Multimedia Nusantara (UMN). Divisi PR dari MNP juga telah membuktikan melalui penghargaan yang didapatkan, salah satunya adalah meraih penghargaan *Golden Winner* kategori Perguruan Tinggi Vokasi dengan Publikasi Terbaik 2023, pada rapat koordinasi daerah (RAKORDA) LLDIKTI Wilayah III.

Penulis memilih untuk tergabung dalam Departemen Public Relation (PR) sebagai *Content creative* karena penulis tertarik melihat saat ini masyarakat sudah beralih ke media digital dalam mencari informasi, penulis ingin mengetahui lebih mendalam terkait strategi dan taktik yang efektif sehingga dapat mengembangkan skill dalam diri penulis untuk dapat mengikuti perkembangan tren digital sekarang dan kedepannya. Penulis juga memiliki harapan untuk dapat meningkatkan pemahaman dalam proses memproduksi konten sehingga bisa mendapatkan kualitas konten yang baik, menarik, dan menghasilkan *engagement* yang memuaskan dengan metode yang didapat dalam praktik kerja magang di MNP.

Penulis juga berharap bisa mengimplementasikan konsep/teori yang sudah didapat dari mata kuliah di kampus Universitas Multimedia Nusantara (UMN) seperti *Social Media Marketing, Copywriting for PR, dan Digital Videography*. Dengan begitu, laporan magang ini dibuat untuk memenuhi kelulusan pada sidang akhir program wajib Internship Track 1, Universitas Multimedia Nusantara. Laporan magang ini akan menjelaskan secara rinci keterkaitan latar belakang dan praktik kerja magang yang dijalankan oleh penulis selama 640 jam kerja yang dimulai dari 5 Februari 2024 hingga selesai.

## **1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang**

Praktik kerja magang yang diselenggarakan dari Universitas Multimedia Nusantara (UMN) ialah untuk mempersiapkan mahasiswanya untuk bisa memiliki pengalaman dunia kerja nyata yang dikemas melalui program magang yang diwajibkan dan menjadi syarat kelulusan. Tujuan aktivitas pelaksanaan magang ini penulis spesifikasikan menjadi:

1. Mengimplementasikan ilmu dari mata kuliah *Social Media & Mobile Marketing, Copywriting for PR, Digital Videography & Creative Media*
2. *Production* yang sudah dipelajari di Universitas Multimedia Nusantara (UMN) pada dunia kerja profesional.
3. Meningkatkan kemampuan *teamwork*, Komunikasi serta kemampuan *time management* dalam mengatur waktu dalam kegiatan praktik kerja magang pada divisi *Public Relation (PR)* di MNP.
4. Memahami tanggung jawab dan peran dari *Content Creative* dalam perencanaan, pembuatan hingga evaluasi dalam membuat konten di media sosial MNP.

### 1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

#### 1.3.1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang (MBKM) yang berdurasi minimal enam ratus empat puluh jam sesuai dengan panduan MBKM Magang Track 1 serta arahan dari Program Studi. Berdasarkan hal tersebut, pelaksanaan kerja magang yang dilakukan oleh penulis sesuai kontrak sudah selaras dengan arahan dari universitas, dengan detail berikut

Waktu Pelaksanaan : 5 Februari 2024 – Selesai

Hari Kerja Aktif : Senin – Jum'at

Jam Kerja : 08:00 s.d. 17:99 WIB

Sistem Kerja : Work from Office (WFO)

#### 1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Dibawah ini merupakan tabel 1.1 *gantt chart* dari kegiatan kerja magang penulis.

PEKERJAAN YANG DILAKUKAN	Desember 2023				Februari 2024				Maret 2024				April 2024				Mei 2024				Juni 2024			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Briefing magang secara offline di Universitas Multimedia Nusantara																								
Pengisian KRS untuk "Internship Track 1" di my.umn.ac.id																								
Melakukan pengajuan KM-01 melalui Google Form untuk mendapatkan persetujuan tempat magang dari Kepala Program Studi yang nantinya akan berbentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang)																								
Ketika pengajuan diterima, penulis mengirim KM-02 dan CV ke perusahaan.																								
Wawancara via zoom dan dinyatakan diterima di MNP																								



3. Melakukan pengajuan KM-01 melalui *Google Form* untuk mendapatkan persetujuan tempat magang dari Kepala Program Studi yang nantinya akan berbentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang) sembari penulis membuat *Curriculum Vitae* (CV) yang nantinya akan diajukan ke perusahaan tempat kerja magang.
4. Ketika pengajuan diterima, penulis mengirim KM-02 dan CV ke perusahaan.
5. Kemudian, penulis diundang untuk mengikuti Pertemuan via zoom untuk melakukan wawancara pada tanggal 24 Januari 2024 jam 11:00. Setelah itu penulis dinyatakan diterima di MNP dan bisa melakukan kegiatan magang secepatnya yang akhirnya dimulai pada tanggal 5 Februari 2024.
6. Setelah itu, menerima surat penerimaan kerja magang pada tanggal 18 September 2023 yang berisi keterangan akan menjalani praktik kerja magang aktif mulai 5 Februari 2024 sampai selesai.
7. Perusahaan memberikan surat penerimana untuk universitas yang kemudian diteruskan oleh penulis melalui [my.umn.ac.id](http://my.umn.ac.id) sekaligus melakukan registrasi di website [my.umn.ac.id](http://my.umn.ac.id) dan [merdeka.umn.ac.id](http://merdeka.umn.ac.id).
8. Mengunduh form KM-02 sampai KM-07. KM-02 diberikan kepada perusahaan untuk proses administrasi, sedangkan KM03 (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) diisi sesuai ketentuan untuk kebutuhan proses pembuatan laporan magang.

## **B. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang**

1. Penulis mengisi posisi sebagai *Content Creative* dalam pelaksanaan praktik kerja magang di MNP.
2. Pengasan kebutuhan informasi didampingi langsung oleh Bapak Fakhry Dinansyah sebagai *Public Relations Coordinator*.
3. Pengisian dan penandatanganan form KM-03 sampai KM-05 dilakukan pada saat proses praktik kerja magang berlangsung dan mengajukan lembar penilaian kerja magang (KM-06) kepada Pembimbing Lapangan pada akhir periode magang. Sedangkan KM-07 akan diisi serta ditandatangani ketika laporan magang sudah diterima.

## **C. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang**

1. Pembuatan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Bapak Nathaniel Antonio P, S.Psi., M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan langsung di Universitas Multimedia Nusantara.
2. Laporan praktik kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi yang nantinya akan disetujui dan diajukan untuk selanjutnya akan melalui proses sidang.

