

BAB I

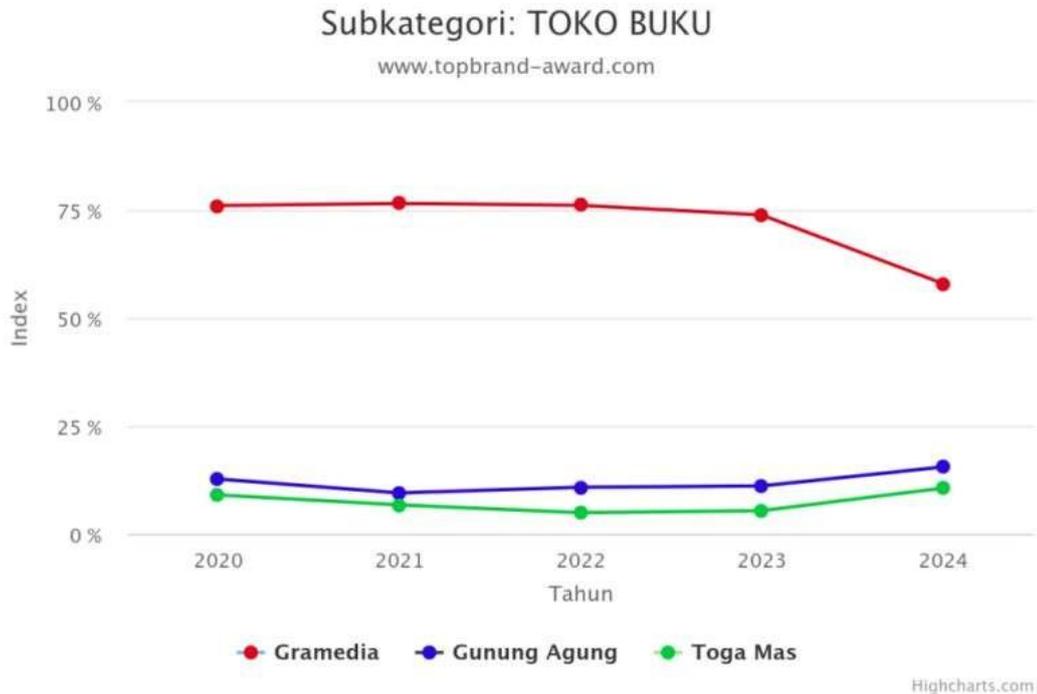
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Literasi merupakan sebuah kemampuan oleh seorang mahasiswa untuk dapat mengolah dan memahami sebuah informasi dengan baik (Anindyarini, Waluyo, Waluyo, Hastuti, & Mujiyanto, 2019). Pada masa kini, tentu literasi merupakan hal yang penting untuk kita baik untuk mengirim dan menerima berbagai informasi yang didapatkan. Pada sebuah perusahaan yang menekuni dunia literasi tentu hal ini merupakan sebuah peluang bagi Gramedia untuk bisa terus mengembangkan dunia bisnis yang menyediakan buku-buku untuk dinikmati para penggemar literasi yang senang sekali membaca dan mengoleksi buku.

Gramedia merupakan sebuah perusahaan yang mempunyai peran yang besar dalam mendukung gerakan literasi di Indonesia. P.K Ojong dan Jakob Oetama mendirikan Gramedia sebagai toko buku dengan visi untuk memajukan dunia literasi dan pendidikan pada tahun 1970. Gramedia mendirikan penerbit buku PT Gramedia Pustaka Utama (GPU) dengan menerbitkan buku pertama karya ciptaan Marga T yang berjudul “Karmila” dan mendapatkan respon yang baik oleh masyarakat. Sejak tahun 1980 Gramedia pun terus mengembangkan bisnisnya dengan memulai mendirikan PT Elex Media Komputindo yang berfokus pada buku elektronik dan komputer, kemudian mendirikan PT Gramedia Widiasaran Indonesia (Grasindo) yang berfokus pada buku pengajaran (Nindy, 2024).

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A



Gambar 1.1 Komparasi Top Brand
Sumber: Top Brand Index Award

Berdasarkan data dari Top Brand Index award, dapat diamati bahwa Gamedia menempati posisi pertama yang dapat dikatakan sebagai Market Leader pada Perusahaan Retail Toko Buku. Dengan ini, Gamedia tentunya menjadikan kesempatan sebagai *market leader* untuk semakin memperluas bisnis yang dimilikinya (Fitriandari, Sukaatmadja, & Giantari, 2015). Tidak hanya sebatas perusahaan toko buku semata, Gamedia pun memiliki beberapa penerbit yang menghasilkan buku-buku bacaan yang saat ini dikenali banyak orang, seperti elex media, Gamedia Pustaka Utama, Bhuana Ilmu Populer, M&C, dan Grasindo. Saat ini pun, Gamedia sudah merambat bisnisnya pada pernak-pernik alat tulis dan mainan dengan memiliki *Home Brand Product* seperti Eversac (tas), Kukiko (mainan), dan Estudee (alat tulis).

Gamedia saat ini pun kian adaptif dan inovatif untuk berupaya dalam mempertahankan eksistensinya di kalangan masyarakat Indonesia. Tercatat saat ini, Gamedia sudah memiliki 124 cabang toko yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia (Nandy, 2024). Dalam upaya mempertahankan eksistensinya, Gamedia

pun memiliki program-program aktivasi yang diselenggarakan dengan tujuan untuk tetap mempertahankan eksistensinya.

Pada Februari 2024 lalu, dalam merayakan *Anniversary* 54 Tahun Gramedia melakukan kolaborasi dengan salah satu seniman lokal Indonesia yaitu PopoMangun untuk mengadakan pameran Instalasi (Ramadhani, 2024). Hal ini pun cukup meraih perhatian media dan masyarakat. Dikarenakan kolaborasi yang dilakukan disambut positif oleh masyarakat. Gramedia dan PopoMangung membuat sebuah gerakan Baca Buku di KRL dengan menempatkan di Rak Buku yang disediakan oleh PT KAI untuk bisa diakses oleh penumpang dalam perjalanan dari Stasiun Jakarta-Kota hingga Stasiun Bogor.



(Baca Buku di KRL': Kolaborasi Gramedia, Popomangun, KAI, dan KAI Commuter.)

Gambar 1.2 Instalasi Gramedia x PopoMangung di Stasiun Jakarta – Kota

Sumber: Gramedia Blog

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Gramedia merupakan sebuah perusahaan yang stabil, aktif, dan berhasil dalam mempertahankan unit bisnisnya. Selama 54 tahun Gramedia dengan baik untuk menjaga dan mengembangkan unit bisnis yang dimilikinya untuk bisa terus bersaing dan bahkan sampai menduduki posisi *Market leader*. Oleh karena itu, Gramedia merupakan perusahaan yang sesuai untuk dijadikan sebagai tempat magang. Mahasiswa dapat mempelajari berbagai ilmu dari sebuah perusahaan yang sudah berhasil dalam mengembangkan bisnis selama 54 Tahun. Mahasiswa dapat mempelajari budaya-budaya perusahaan dan mengetahui bagaimana sebuah perusahaan menjalankan bisnis dengan baik

sehingga mampu bertahan dan sampai menduduki posisi *market leader* di kalangan masyarakat.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan praktik kerja magang yang dilakukan memiliki maksud untuk mendapatkan pengetahuan dan ilmu mengenai dunia kerja profesional dalam industri komunikasi pada dunia bisnis *retail & publishing*. Secara khusus, praktik kerja magang ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui proses kerja pada Departemen *Marketing Communication* pada posisi *Brand Activation and Partnership* di PT Gramedia Asri Media.
2. Menerapkan pada dunia kerja profesional mengenai kemampuan dan pengetahuan tentang *Marketing Planning, Campaign Management, dan Event & Partnership* pada Departemen *Marketing Communication* di PT Gramedia Asri Media.
3. Mengasah keterampilan kemampuan membuat ide-ide *Marketing Content* dengan menciptakan ide-ide dan membuat konten-konten yang menarik baik berupa tulisan dan visual yang bertujuan untuk menyebarkan informasi serta mempersuasi *target market* untuk memperluas dan menjaga kelayakitan pelanggan.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan praktik kerja magang akan berlangsung dari Februari sampai Juni 2024 dengan kurun waktu yang sudah ditentukan yaitu delapan puluh hari kerja atau enam ratus empat puluh jam kerja sesuai dengan Panduan Magang MBKM Track 1 serta sesuai dengan arahan dari Program Studi yang ditetapkan oleh program Magang Studi Independen Bersertifikat (MSIB) Kampus Merdeka Batch 6 yang membuka pendaftaran secara daring terhitung dari tanggal 1 Februari 2024 sampai 31 Juni 2024 yang sesuai dengan ketentuan magang pada program studi Ilmu Komunikasi UMN. Waktu jam kerja magang yang ditetapkan oleh PT Gramedia Asri Media yaitu:

Hari : Senin – Jumat

Jam : 07.30 – 17.30 WIB

Sistem Kerja : *On site (Work Form Office)*

Tidak menutup kemungkinan untuk sesekali bekerja di hari *Weekend* (Sabtu/Minggu) dan di luar jam kerja (lebih dari jam 17.30) ketika sedang mempersiapkan dan mengadakan *event*.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kerja Magang Kampus (UMN)

- 1) Mengikuti sosialisasi magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN di Fuction Hall UMN.
- 2) Mengisi KRS dengan mengambil Internship Track 1 di myumn.ac.id dengan syarat sudah menyelesaikan minimal 90 sks dan tidak memiliki nilai D atau mata kuliah yang tidak lulus. Serta mengajukan transkrip nilai dari semester awal hingga semester lima sebelum magang melalui website gapura.
- 3) Mengisi form KM-01 dan mengajukan nama perusahaan pada merdeka.umn.ac.id setelah mendapat perusahaan atau lembaga yang sesuai.
- 4) Mendapat balasan mengenai KM-02, Memberikan Surat Pengantar ke PT Gramedia Asri Media untuk melamar dan mendapatkan surat penerimaan oleh PT Gramedia Asri Media.
- 5) Melakukan Verifikasi Laporan Magang untuk kebutuhan proses pembuatan laporan magang pada website merdeka.umn.ac.id.

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

- 1) Proses pengajuan praktik kerja magang dengan mengikuti program magang kemendikbud dengan mengakses website kampus merdeka kemendikbud dan memiliki program MSIB pada tanggal 15 Desember 2023.
- 2) Proses penerimaan praktik kerja magang di PT Gramedia Asri Media dengan mengikuti berbagai rangkaian selesi baik itu test psikotest, *interview HR* dan *interview user* setelah itu mendapatkan pesan lolos seleksi melalui akun email resmi MSIB dan Kompas Gramedia pada tanggal 4 Januari 2024 dan mendapat surat penerimaan praktik kerja magang pada tanggal 1

Februari 2024 yang ditanda tangani oleh Winarta selaku HR Development Manager di PT Gramedia Asri Media.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai *Brand Activation and Partnership Intern* pada Departemen Marcomm.
- 2) Penugasan dan kebutuhan informasi, didampingi langsung oleh Nur Indah yang merupakan *Brand Activation and Partnership Superintendent* selaku Pembimbing Lapangan.
- 3) Pengisian dan persetujuan laporan kerja magang pada website kampus merdeka UMN.

D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

- 1) Pembuatan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Fakhriy Dinansyah selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan via *ZOOM Meeting*.
- 2) Laporan praktik kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.
- 3) Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui diajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang.

