

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pekerjaan *content creator* kini semakin signifikan dalam strategi komunikasi dan pemasaran di era digital yang berkembang pesat (Lopes dan Casais, 2022), hal ini pun berlaku di institusi pendidikan tinggi seperti politeknik. Sebagai lembaga pendidikan vokasional yang menitikberatkan pada keterampilan praktis, politeknik menghadapi tantangan dalam mempromosikan citra positif dan menarik minat calon mahasiswa. Salah satu tantangan utama adalah persepsi negatif bahwa politeknik adalah lembaga pendidikan yang kurang cocok untuk calon mahasiswa baru dibandingkan universitas, sebagaimana diidentifikasi dalam penelitian oleh Ghazi et al. (2024) yang menyebutkan bahwa pendidikan politeknik sering dipandang memiliki kualitas dan citra lebih rendah oleh siswa dan orang tua. Persepsi ini juga tercermin dari data Statistik Pendidikan Tinggi Indonesia 2019, yang menunjukkan bahwa universitas mendominasi pendaftaran mahasiswa baru dengan 65,56% dari total pendaftar, sementara politeknik hanya mencatat 6,66%.

Penulis hendak mengeksplorasi bagaimana *content creator* dapat berkontribusi dalam mengatasi persepsi negatif tersebut sekaligus meningkatkan daya tarik institusi melalui konten yang relevan, menarik, dan strategis. *Content creator* dapat menyoroti keunggulan pendidikan vokasional, seperti pembelajaran praktis, kesiapan kerja, dan kemitraan dengan industri dengan memanfaatkan media digital seperti media sosial dan *website*. Poin-poin ini membedakan politeknik dari universitas yang terdengar relevan dalam sisi global terutama Indonesia, di mana kebutuhan akan tenaga kerja terampil semakin meningkat.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung lebih menyukai pembelajaran praktik dibandingkan teori di kelas, terutama karena metode ini meningkatkan keterlibatan, motivasi, dan relevansi dengan dunia nyata. Studi oleh Tembrevilla et al. (2024) dalam *Journal of Engineering Education* menemukan bahwa 97% evaluasi pembelajaran berbasis pengalaman di pendidikan teknik

mengikutsertakan mahasiswa melalui survei, wawancara, dan fokus grup, dengan indikator keberhasilan seperti kepuasan mahasiswa dan hasil akademik dari proyek atau eksperimen laboratorium. Temuan ini menegaskan bahwa aktivitas *hands-on*, seperti simulasi dan proyek itu sangat diminati, terutama di bidang teknik. Studi lain oleh Kong (2021) dalam *Frontiers in Psychology* memperkuat gagasan ini dengan menunjukkan bahwa pembelajaran berbasis pengalaman yang mencakup pelatihan praktis dianggap menantang namun menarik oleh mahasiswa yang umumnya antusias berpartisipasi dalam aktivitas yang meliputi interaksi mental, emosional, dan sosial. Dalam sisi pembelajaran *online*, penelitian oleh Humphries dan Clark (2020) dalam *Research in Learning Technology* menemukan bahwa mahasiswa lebih menyukai video pendek berbasis topik dengan durasi 3-17 menit dibandingkan kuliah didaktik panjang selama 60 menit.

Adapun studi oleh Ramdani dan Pangestu (2022) yang mengungkapkan preferensi peserta didik terhadap strategi pembelajaran yang berorientasi pada praktik. Sebanyak 27% peserta didik memilih *project based learning* dan 30% memilih *blended learning*, yang mana kedua metode ini sering kali mengintegrasikan penerapan praktis dari konsep teoretis. Dengan begitu, total 57% peserta didik menunjukkan kecenderungan terhadap pendekatan yang lebih praktikal. Di sisi lain, pilihan terhadap pembelajaran daring (23%) dan luring (20%), yang umumnya lebih menekankan pada aspek teoretis, hanya mencapai 43%. Temuan ini memiliki potensi guna mengasah keunggulan utama politeknik dibandingkan universitas, di mana politeknik dikenal dengan penekanannya pada pembelajaran praktik yang selaras dengan tuntutan dunia kerja, sedangkan universitas cenderung lebih memfokuskan pada pengembangan dan pemahaman teori.

Politeknik memiliki keunggulan dalam menyediakan pengalaman praktis yang dapat dimasukkan ke dalam portofolio mahasiswa, seperti proyek, magang, dan pelatihan berbasis industri, yang memberikan bukti nyata keterampilan mereka di pasar kerja. Menurut Carvalho dan Diogo (2020), politeknik di Portugal dan Finlandia dirancang untuk pelatihan vokasional dan penelitian terapan, dengan

peran eksplisit dalam pengembangan regional, di mana sekitar 40% mahasiswa pendidikan tinggi di Portugal terdaftar di politeknik. Fokus ini mendukung gagasan bahwa politeknik lebih berorientasi pada praktik dibandingkan universitas, yang cenderung menekankan pembelajaran teoretis dan penelitian akademik. Meskipun program profesional di universitas, seperti teknik atau kedokteran, juga menawarkan komponen praktis, politeknik tetap unggul dalam menyediakan pengalaman yang langsung relevan dengan kebutuhan industri. Artikel dari *Journal of Innovation in Polytechnic Education* menekankan pentingnya pengalaman terintegrasi kerja dan *mentorship* di politeknik, seperti magang dan proyek berbasis industri, yang ideal untuk portofolio. Data dari *Statistik Pendidikan Tinggi Indonesia 2019* menunjukkan bahwa politeknik memiliki 2.177 program studi yang berfokus pada pendidikan vokasional, dibandingkan dengan 15.502 program studi universitas yang lebih beragam, termasuk yang bersifat teoretis. Keunggulan politeknik dalam menghasilkan pengalaman portofolio memberikan peluang bagi *content creator* untuk mempromosikan aspek ini melalui konten visual seperti video atau infografis, yang dapat menunjukkan nilai praktis pendidikan politeknik dan membedakannya dari universitas.

Seiring waktu berjalan, portofolio semakin menjadi alat penting dalam proses perekrutan, terutama di era perekrutan berbasis keterampilan, di mana perusahaan mengutamakan bukti nyata keterampilan dibandingkan sekadar kredensial akademik. Penelitian oleh Holtzman et al. (2022) dalam *Journal of Work-Applied Management* mensurvei 109 bisnis kecil dan 71 bisnis besar di New Jersey, menemukan bahwa 76% pengusaha percaya portofolio membantu pelamar menunjukkan keterampilan mereka, sementara 75% menganggapnya bermanfaat bagi pengusaha dalam menilai kemampuan kandidat. Temuan ini menunjukkan bahwa portofolio memiliki nilai tinggi, terutama di perusahaan besar, dengan 82% pengusaha di bisnis besar percaya bahwa portofolio membantu pelamar, dibandingkan 73% di bisnis kecil. Variasi berdasarkan industri juga signifikan, dengan 100% pengusaha di bidang iklan dan arsitektur mendorong portofolio, sementara hanya 15% di pendidikan melakukannya.

Data ini relevan untuk politeknik, yang menghasilkan pengalaman praktis di bidang seperti teknik dan desain, yang sangat dihargai oleh industri kreatif dan teknis. Pentingnya portofolio menegaskan nilai pendidikan politeknik, maka dari itu, *content creator* dapat memanfaatkan tren ini dengan mempromosikan pengalaman mahasiswa yang relevan dengan kebutuhan industri melalui konten yang menarik.

Content creator memainkan peran strategis dalam membentuk citra institusi dan meningkatkan daya tariknya di tengah persaingan dengan universitas. Mereka bertanggung jawab untuk menciptakan konten promosi, seperti artikel untuk website, video testimoni, dan *post* media sosial, yang menyoroti keunggulan politeknik, seperti fasilitas modern atau proyek mahasiswa. Selain itu, mereka mengembangkan strategi konten yang selaras dengan tujuan PR, seperti meningkatkan pendaftaran mahasiswa baru, dan berkolaborasi dengan fakultas, alumni, dan industri untuk mengumpulkan cerita sukses yang autentik. Adanya data analitik memudahkan *content creator* memantau kinerja konten untuk memastikan efektivitasnya, seperti peningkatan lalu lintas *website* atau keterlibatan di media sosial.

Seorang *content creator* memiliki kapabilitas dalam menjangkau audiens yang lebih luas (Munawar & Rokhmat, 2024), terutama generasi muda yang aktif di beragam media sosial yang meliputi TikTok, X, dan Instagram. Adanya kemampuan dalam menciptakan konten yang menarik dan relevan ini membantu *content creator* untuk menyampaikan informasi secara efektif, membangun citra positif, dan meningkatkan visibilitas institusi seperti politeknik di mata publik. Jika strategi yang digunakan tepat, *content creator* mampu membentuk dan memperkuat komunitas yang suportif di sekitar politeknik, menciptakan lingkungan interaksi yang positif antara mahasiswa, calon mahasiswa, alumni, dan masyarakat umum. Institusi pendidikan seperti politeknik dapat dikembangkan citra institusinya jika media digital yang digunakan *content creator* tidak hanya berdampak pada perluasan jangkauan audiens, tetapi juga turut mendukung promosi dengan memanfaatkan ciri khas politeknik dengan baik.

Untuk membantah persepsi bahwa politeknik adalah pilihan yang kurang signifikan dibanding universitas, *content creator* dapat menerapkan strategi berbasis konten yang menonjolkan keunggulan pendidikan praktis. Mereka dapat membuat video tur virtual laboratorium atau infografis tentang hasil proyek mahasiswa untuk menunjukkan fasilitas modern dan relevansi pendidikan politeknik. Di samping itu, membagikan kisah yang dapat menginspirasi dari seorang mahasiswa yang berprestasi melalui testimoni video atau artikel dapat membuktikan dampak positif pendidikan politeknik di dunia kerja dan juga mengatasi anggapan tentang kualitas yang lebih rendah. Mempromosikan kemitraan dengan perusahaan terkemuka melalui artikel atau *posting* media sosial juga dapat menunjukkan bahwa lulusan politeknik sangat dibutuhkan oleh industri.

Untuk mengedukasi publik, *content creator* dapat menyebarkan *awareness* untuk menangani kesalahpahaman tentang pendidikan vokasional. Terlibat dengan komunitas melalui sesi tanya jawab langsung di media sosial juga dapat membangun kepercayaan dan dialog dengan audiens. Strategi ini didukung oleh penelitian yang menunjukkan bahwa konten yang dipersonalisasi dan dioptimalkan untuk mesin pencari (SEO) dapat meningkatkan keterlibatan (Surjono, 2024). SEO memastikan bahwa konten muncul sesuai dengan pencarian pada umumnya, mengoptimalkan visibilitas dan memudahkan audiens muda yang aktif mencari informasi secara online untuk menemukan konten tersebut. Di sisi lain, konten yang dipersonalisasi menyesuaikan pesan dengan minat dan kebutuhan spesifik mereka dapat membuat konten tersebut menjadi lebih menarik dan relevan.

Peneliti berupaya menunjukkan bahwa *content creator* dapat menunjang politeknik dalam menunjukkan keunggulan dalam menyediakan pengalaman praktis yang relevan dengan kebutuhan industri, sebagaimana dibuktikan oleh preferensi mahasiswa terhadap pembelajaran praktik dan nilai portofolio di mata pengusaha. Data dari *Statistik Pendidikan Tinggi Indonesia 2019* dan penelitian seperti Ghazi et al. (2024) menegaskan bahwa persepsi negatif terhadap politeknik dapat diatasi melalui strategi komunikasi yang efektif.

Melihat masyarakat yang membutuhkan media sosial sebagai sarana mereka menunjukkan eksistensi, berkolaborasi, dan menjalankan berbagai aktivitas, menarik atensi penulis untuk belajar mengenai platform media sosial, seperti TikTok yang semakin populer terutama di kalangan muda. Penulis memiliki kehendak untuk mengeksplorasi pola komunikasi dan interaksi yang terjadi di media sosial, terutama dalam sektor pendidikan seperti politeknik sebab penulis tidak memiliki pengalaman sebelumnya di bidang yang bersangkutan.

Atas dasar minat tersebut, pemegang memilih untuk melaksanakan program magang di Multimedia Nusantara Polytechnic, dalam upaya untuk mempelajari cara pengelolaan media sosial secara lebih mendalam dan profesional. Fokus utama diarahkan pada pemahaman tentang bagaimana menyusun strategi konten yang relevan di TikTok. Proses ini membantu pemegang memahami ketertarikan audiens yang diasosiasikan dengan politeknik.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melaksanakan kerja magang yang berlangsung dari tanggal 3 Maret 2025 hingga 31 Juli 2025. Kegiatan magang ini dilaksanakan secara reguler pada hari Senin hingga Jumat, dengan kemungkinan penambahan hari kerja pada akhir pekan apabila terdapat kegiatan tertentu yang memerlukannya. Magang tersebut berlangsung di Gading Serpong dan dilakukan secara langsung di tempat kerja (*work from office*). Selama periode tersebut, penulis kira-kira mencatatkan total waktu magang sebesar 640 jam+, yang sedikit melampaui jumlah minimum. Terdapat tujuan utama kerja magang yakni:

1. Mendapatkan kesempatan dalam menciptakan konten digital yang relevan dengan strategi komunikasi dan pemasaran MNP. Penulis terlibat dalam proses produksi konten untuk media sosial (TikTok) serta website resmi (artikel fitur) supaya penulis dapat memahami dinamika komunikasi di era digital secara langsung.
2. Penulis mampu bekerja bersama anggota tim Public Relations untuk merencanakan strategi konten dan mengeksekusinya, menciptakan suasana

kolaboratif yang positif baik di dalam tim maupun dengan civitas academica MNP lainnya yang terlibat.

3. Meningkatkan kreativitas dan inovasi dalam menghasilkan konten yang menarik, sesuai dengan tren terkini, dan relevan dengan kebutuhan audiens MNP. Ini mencakup pembuatan video dan teks yang selaras dengan identitas *brand* institusi.
4. Memahami bagaimana konten yang diciptakan berkontribusi pada citra dan pesan yang ingin disampaikan oleh MNP. Tujuan ini melibatkan pembelajaran tentang *brand voice*, identitas, dan strategi komunikasi yang mendukung tujuan institusi.
5. Lima nilai utama perusahaan yakni 5C (*Caring, Credible, Competent, Competitive, Customer Delight*) menjadi prinsip yang harus diterapkan dalam setiap aspek pekerjaan. Tujuan ini memastikan bahwa konten yang dihasilkan mencerminkan etika, profesionalisme, dan kualitas yang mampu menyesuaikan ciri khas MNP dengan apa yang disukai audiens.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Untuk memenuhi ketentuan kerja magang yang ditetapkan oleh universitas, penulis telah melalui berbagai tahapan yang meliputi perencanaan, pendaftaran, dan pelaksanaan magang. Total durasi magang yang disyaratkan adalah 640 jam. Berikut ini disajikan penjelasan rinci mengenai waktu pelaksanaan magang serta prosedur yang telah penulis jalankan.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Kegiatan magang dilaksanakan setiap hari Senin hingga Jumat, dengan kemungkinan penambahan jadwal pada akhir pekan apabila terdapat kegiatan tertentu yang memerlukan kehadiran. Periode magang berlangsung mulai dari tanggal 3 Maret 2025 hingga 31 Juli 2025. Seluruh aktivitas magang dilakukan secara langsung di tempat kerja (*work from office*) yang berlokasi di Gading Serpong. Selama periode tersebut, penulis kira-kira mencatatkan total waktu

magang sebesar 640+ jam, yang sedikit melebihi batas minimum yang ditentukan.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Memilih opsi program kerja magang pada Kartu Rencana Studi (KRS) melalui portal myumn.ac.id dengan memenuhi ketentuan telah menyelesaikan minimal 110 SKS dan tidak mendapatkan nilai D atau E.
- 2) Memasukkan data sesuai titah dalam formulir KM-01 guna memastikan apabila tempat magang yang dipilih sudah sesuai dengan ketentuan kampus. Proses pengajuan dapat dilakukan beberapa kali sampai memperoleh persetujuan dalam bentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang) dari prodi.
- 3) Penulis melakukan proses registrasi melalui portal merdeka.umn.ac.id dan melengkapi informasi terkait Multimedia Nusantara *Polytechnic*.
- 4) Untuk keperluan administrasi dan pelaporan magang, penulis mengunduh formulir KM-03 untuk mencatat tugas dan kegiatan yang akan dilakukan penulis selama magang, KM-04 untuk mencatat kehadiran penulis, KM-05 untuk melaporkan kegiatan yang telah dilakukan oleh penulis, KM-06 untuk menilai kinerja penulis, dan KM-07 untuk memverifikasi laporan yang disusun penulis.

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

- 1) Proses pengajuan magang dilakukan pada bulan Maret 2025 dengan mengirim email ke alamat email HR Multimedia Nusantara Polytechnic (MNP). Penulis juga mengunggah *Curriculum Vitae* (CV) dan portofolio ke dalam email tersebut.
- 2) Penerimaan seleksi magang di MNP ditandai dengan pemberitahuan lolos seleksi melalui wawancara yang dilakukan beberapa hari

setelah pengajuan. Penulis kemudian menerima surat penerimaan magang resmi dari Departemen Public Relations MNP, yang ditandatangani oleh pihak berwenang, serta berdiskusi mengenai jadwal dan jam kerja.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Posisi yang diambil dalam magang adalah sebagai *Content Creator* di Divisi *Public Relations*, dengan fokus pada pembuatan konten digital untuk media sosial (TikTok) serta artikel untuk situs web resmi.
- 2) Pelaksanaan tugas didampingi langsung oleh pembimbing lapangan dari tim Public Relations MNP, yang memberikan arahan terkait perencanaan, produksi, dan evaluasi konten. Penulis wajib menjalankan pekerjaan di Multimedia Nusantara Polytechnic (WFO).
- 3) Selama kerja magang berlangsung, pengisian dan penandatanganan formulir KM-03 hingga KM-07 diisi dan ditandatangani. Pada akhir periode magang, formulir KM-06 (Penilaian Kerja Magang) diajukan kepada pembimbing lapangan untuk mendapatkan evaluasi kinerja.

D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

- 1) Bimbingan dalam pembuatan laporan magang dilakukan oleh Bapak Anton Binsar, S.Sos., M.Si. yang bertindak sebagai Dosen Pembimbing dan biasanya dilakukan secara *online* menggunakan *Google Meet*.
- 2) Laporan magang yang telah disusun diserahkan untuk mendapatkan persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi UMN.

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