

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

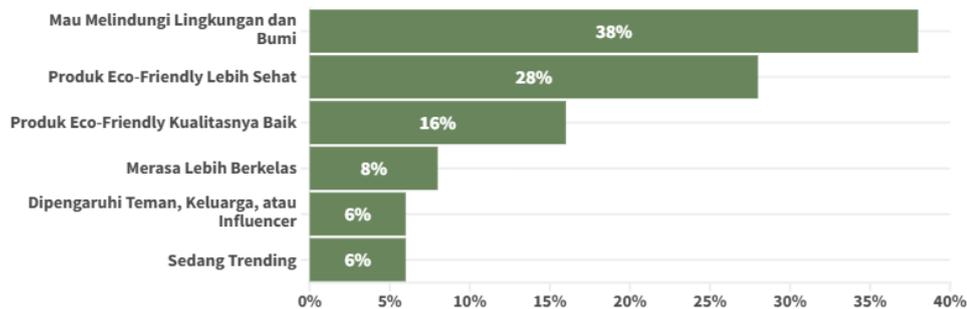
Perkembangan industri percetakan di Indonesia terus mengalami perubahan dengan adanya berbagai teknologi cetak. Salah satu teknik cetak yang mulai dikenal saat ini adalah Risograph. Teknik cetak ini menghubungkan proses duplikasi manual dengan inovasi modern. Risograph pertama kali dikembangkan oleh Riso Kagaku Corporation, yaitu sebuah perusahaan Jepang yang didirikan oleh Noboru Hayama pada tahun 1946. Pada tahun 1986, mesin Risograph pertama kali diperkenalkan sebagai solusi cetak yang cepat untuk sekolah, kantor, dan organisasi yang membutuhkan dokumen dalam jumlah yang banyak, namun dengan biaya yang rendah (Komurki, 2017).

Pada tahun 2000-an mesin cetak RISO digunakan hanya sebatas untuk mencetak dokumen, kuitansi, sampai soal ujian. Mulai tahun 2010-an, teknik ini menjadi tren di komunitas kreatif. Di Indonesia, studio RISO pertama kali muncul adalah Binatang Press! yang didirikan pada tahun 2015, oleh Wanda Kamarga yang berasal dari studio The 1984 yang berbasis di Jakarta, meskipun sekarang, Binatang Press! tidak fokus pada industri percetakan RISO. Teknik ini kerap digunakan dalam pembuatan zine, artbook, poster, katalog, hingga proyek eksperimental yang tidak bisa dilakukan dengan teknik cetak digital biasa.

Teknik cetak ini sering dibandingkan dengan teknik cetak yang lebih populer saat ini, seperti cetak *digital* dan *offset*. Padahal, hasil cetak sangat terlihat berbeda jika kita membandingkan keduanya. Hasil cetak dengan menggunakan riso akan lebih kasar, warna lebih *vibrant* dan eksperimental. Hal ini dikarenakan teknologi dan proses cetak yang sangat berbeda. Mesin RISO sendiri menggunakan tinta yang berbasis minyak kedelai atau minyak beras. Berbeda dengan tinta *offset* atau *digital* yang sering mengandung pelarut berbasis *petroleum* dan bahan kimia beracun. Karena itu, Risograph dianggap lebih ramah lingkungan karena lebih mudah terurai oleh alam tanpa meninggalkan limbah berbahaya.

Alasan Warga Indonesia Mulai Menggunakan Produk Berkelanjutan

(Oktober 2024)



Sumber: Snapcart

GoodStats

Gambar 1. 1 Alasan Warga Indonesia Mulai Menggunakan Produk Berkelanjutan

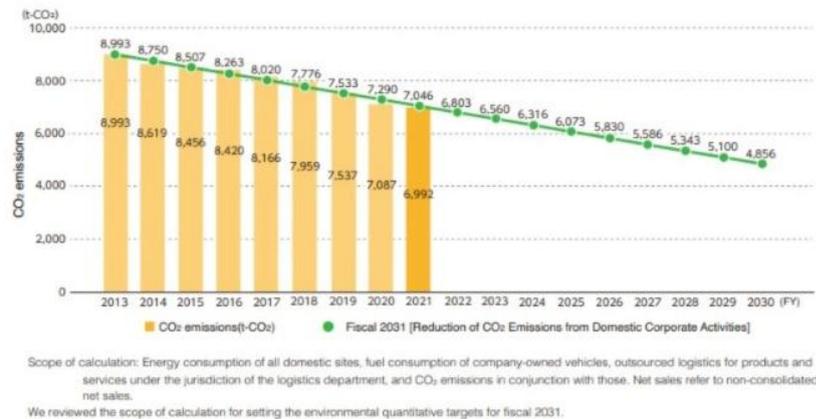
Sumber: (GoodStat, 2024)

Perkembangan *awareness* tentang trend *eco-friendly* di Indonesia juga meningkat. Diambil dari data survei yang diolah oleh Snapcart, sebanyak 84% penduduk mengaku pernah membeli atau menggunakan produk yang sustainable. Survei yang dilakukan pada Oktober 2024, melibatkan 750 responden. Sebanyak 50% responden mengaku menggunakan kemasan produk *eco-friendly*. Adapun alasan mereka untuk menggunakan produk *eco-friendly* ini sangat beragam, 38% dari mereka ingin melindungi bumi dan lingkungan (Yonatan, 2024).

Hal ini dapat dikaitkan dengan penggunaan media cetak serta metode cetak yang lebih ramah lingkungan dalam industri kreatif. Sejalan dengan itu, sudah banyak juga seniman yang sering mengangkat isu sosial tentang bagaimana manusia dapat melindungi bumi, kerusakan alam, hingga isu-isu tentang sampah, polusi udara, sampai *global warming*. Sebagai contoh yaitu, Pameran “Kisah Rimba”, Pameran “Semesta Arkiv”, dan masih banyak lagi.

Keunggulan lain dari mesin cetak RISO adalah mesin ini menggunakan 95% lebih sedikit energi dibandingkan dengan mesin fotokopi tradisional. Hal ini dikarenakan proses pencetakan mesin RISO yang tidak memerlukan pemanas dan mengurangi kebutuhan pendinginan, sehingga dapat menurunkan konsumsi energi secara keseluruhan (RISO Corporation, 2021).

Figure 2 Changes in CO₂ Emissions from Domestic Corporate Activities



Gambar 1. 2 Perubahan emisi karbon dari kegiatan domestic perusahaan
Sumber: (RISO KAGAKU Corporation, 2022)

Data gambar 1.1 menunjukkan adanya penurunan pada emisi karbon dari kegiatan domestik perusahaan pada pengiriman dan penggunaan mesin cetak RISO selama tahun fiskal 2013 sampai target 2030. RISO Corporation sendiri sudah berhasil menunjukkan target penurunan dari 8.993 satuan ribu ton karbon pada tahun 2013 menjadi 6.992 satuan ribu ton karbon pada tahun 2021 (RISO KAGAKU Corporation, 2022).

Meskipun memiliki potensi yang besar, Risograph masih menghadapi tantangan di Indonesia, seperti keterbatasan distributor mesin, tinta, serta pemahaman masyarakat tentang teknik ini. Namun, dengan berkembangnya komunitas seni dan desain, Risograph memiliki peluang untuk semakin berkembang dan menjadi pilihan utama dalam percetakan kreatif. Salah satunya, Qualita yang saat ini sedang fokus dalam bidang percetakan berbasis Risograph. Sampai saat ini, Qualita Company mampu bersaing dalam industri percetakan Risograph dengan studio kreatif lain seperti Binatang Press!, Nuler Print, SubPress, dan RIOT Press dikarenakan adanya keterbatasan alat atau mesin RISO yang berpengaruh pada hasil cetaknya.

Dalam misinya untuk mengenalkan teknik Risograph, Qualita Company memanfaatkan platform digital media sosial. Media sosial adalah media berupa platform yang digunakan oleh konsumen untuk berbagi teks, gambar, suara, video, dan informasi dengan orang lain (Kotler et al., 2017). *Content marketing* adalah

proses pemasaran meliputi pembuatan dan mendistribusikan konten yang bernilai dan menarik dengan tujuan untuk menarik perhatian, memperoleh, serta melibatkan audiens guna mendorong *customer action* (Pulizzi, 2014). Dalam hal ini, media sosial telah menjadi wadah untuk memasarkan produk secara daring lewat konten pemasaran yang dibuat. Konten adalah segala hal yang berhubungan dengan kata, gambar, atau satuan piksel yang dapat terhubung dengan manusia lainnya. Konten yang diproduksi harus persuasif, informatif, menghibur, dan didistribusikan secara strategis (Pulizzi, 2014).

Selain itu, saat ini fenomena *Employee Generated Content* (EGC) juga sedang menjadi strategi pemasaran untuk sebuah *brand*. Menurut informasi dari influencermarketinghub.com, 81% konsumen percaya bahwa mereka membutuhkan kepercayaan dari *brand* sebelum memutuskan untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Sejalan dengan misi awal Qualita Company yang bukan hanya ingin menyebarluaskan Risograph, tetapi juga memasarkan penjualan jasa cetak lewat konten yang berbasis EGC. Hal ini dapat dikaitkan dengan strategi konten marketing. *Content Marketing* merupakan sebuah strategi pemasaran yang berfokus pada penciptaan dan distribusi konten yang relevan, bermanfaat, dan konsisten guna menarik dan mempertahankan audiens yang jelas dengan tujuan untuk mendorong tindakan pelanggan yang menguntungkan bagi bisnis (Müller & Ansari, 2017)

Oleh karena itu, Qualita Company membutuhkan orang yang dapat berkomitmen untuk membuat konten menarik serta mengelola akun media sosial mereka dengan baik, sehingga dapat meningkatkan *awareness* tentang Risograph dan penjualan jasa cetak dengan teknik ini serta *sister brand* mereka, yaitu Castanea, menggunakan strategi penyebaran konten di media sosial dan memanfaatkan *Employee Generated Content*. Program Kerja Magang ini dilakukan guna mengaplikasikan konsep dari mata kuliah yang sudah dipelajari, yaitu *Social Media & Digital Strategy*, dan *Art & Copywriting*. Dengan memanfaatkan wadah yang sudah ada, yaitu media sosial, maka Qualita Company dapat meningkatkan *awareness* dan penjualan karena dapat menjangkau target audiens dengan lebih mudah. Dengan demikian, keberadaan Qualita Company di industri percetakan, khususnya RISO dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang di Qualita Company memiliki maksud untuk mendapatkan gambaran tentang aktivitas industri percetakan yang bergerak di bidang kreatif. Secara khusus, aktivitas pelaksanaan magang ini bertujuan untuk:

- A. Mengetahui aktivitas seputar *Content Creator Intern* di Qualita Company.
- B. Meningkatkan *soft skill* dan *hard skill* dalam dunia kerja.
- C. Mengetahui kendala yang dapat terjadi selama di dunia kerja dan menemukan solusi untuk mengatasinya.
- D. Mengaplikasikan konsep mata kuliah *Social Media & Strategy*, *Visual Photography Communication*, dan *Art & Copywriting*.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang berlangsung dari 12 Desember 2024 sampai 17 Mei 2025 dengan durasi delapan ratus jam kerja sesuai dengan Panduan MBKM Magang Track 1 dan sesuai dengan arahan dari Program Studi. Pelaksanaan kerja magang yang dilakukan oleh pekerja magang telah sesuai dengan arahan dari universitas, dengan detail pelaksanaan sebagai berikut:

Waktu Pelaksanaan : 12 Desember 2024 - 17 Mei 2025

Hari Kerja Aktif : Senin - Jumat

Jam Kerja : 10.00 - 18.00 WIB

Sistem Kerja : *Hybrid* (WFO 4 hari + WFH 1 hari)

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Mengikuti penyediaan informasi tentang magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN secara

offline di Function Hall.

- 2) Mengisi KRS yang berhubungan dengan magang di myumn.ac.id dengan syarat telah menempuh 90 sks dan tidak ada nilai D & E dalam mata kuliah.
- 3) Kemudian, mengajukan permintaan transkrip nilai melalui www.gapura.umn.ac.id.
- 4) Mendapatkan kemudahan untuk mengajukan KM-01 lebih dari satu kali melalui pengisian Google Form di e-mail untuk verifikasi tempat magang yang memenuhi persyaratan oleh pihak fakultas dan kemudian mendapatkan persetujuan dalam bentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang) dari Kepala Program Studi yang dikirim melalui e-mail.
- 5) KM-02 dikirimkan kepada perusahaan yang bersangkutan untuk diproses lebih lanjut.
- 6) Melengkapi registrasi mengenai perusahaan dan *supervise* melalui merdeka.umn.ac.id.
- 7) Selanjutnya, mengunduh form MBKM-02 (Kartu MBKM), MBKM-03 (*Daily Task*), MBKM-04 (Lembar Verifikasi Laporan MBKM yang menjadi syarat wajib dalam proses pembuatan laporan magang.

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

- 1) Proses pengajuan praktik kerja magang dengan memberikan *Curriculum Vitae* (CV) kepada pihak perusahaan serta mengisi *form* yang disediakan oleh pihak perusahaan pada tanggal 08 Desember 2024.
- 2) Proses penerimaan praktik kerja magang di Qualita Company dilalui dengan melakukan *On-Boarding Task* bersama dengan pekerja magang lainnya dan pihak perusahaan yang diwakili oleh Social Media Specialist dan Human Resource Development pada tanggal 12 Desember 2024 pukul 10.00 WIB.

- 3) **Proses penerimaan selanjutnya adalah** menanda tangani Kontrak Pekerja Magang yang diberikan oleh Head Human Resource Development, Firda Esteria. File penerimaan pekerja magang ditandatangani kedua belah pihak, yaitu pekerja magang, Marsya Ananda dan Head HRD, Firda Esteria pada tanggal **12 Desember 2024**.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai Content Creator Intern pada Departemen Creative Marketing.
- 2) Penugasan dan kebutuhan informasi selama kerja magang, didampingi oleh *Supervisor*, Ridwan Maulana selaku Social Media Specialist Holding.
- 3) Persetujuan mengenai administrasi antara universitas dengan perusahaan seperti, mengonfirmasi *daily task*, izin WFH untuk ke universitas, dan lainnya, didampingi oleh **Ridwan Maulana** selaku Pembimbing Lapangan Magang.
- 4) Penandatanganan *form* MBKM-02 sampai MBKM-07 diajukan kepada Bapak Ridwan Maulana selaku Pembimbing Lapangan saat akhir periode magang.

D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

- 1) Pembuatan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Intan Primadini, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan tatap muka di Universitas Multimedia Nusantara.
- 2) Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui oleh Dosen Pembimbing akan diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.

E. Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui oleh Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi akan diajukan untuk ke langkah berikutnya, yaitu proses sidang.