

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Magang adalah sebuah program pembelajaran kerja yang dimana mahasiswa atau peserta didik bekerja langsung di suatu instansi, organisasi, atau perusahaan dengan bimbingan profesional. Magang bisa dilaksanakan di instansi perusahaan, lembaga pemerintahan, yayasan, dan jenis lembaga lainnya baik di dalam negeri maupun di luar negeri yang dapat disetarakan dengan mata kuliah tertentu. Program ini memungkinkan peserta untuk merasakan bagaimana dunia kerja nyata sekaligus menerapkan teori yang didapatkan di kampus ke dalam praktik operasional di industri.

Kegiatan magang juga dirancang sebagai jembatan antara dunia akademik dan dunia kerja. Tujuan utama magang adalah agar mahasiswa bisa menerapkan ilmu teoritis yang dipelajari di bangku kuliah ke aktivitas pekerjaan nyata, sehingga mereka lebih siap ketika bekerja setelah lulus. Melalui magang, mahasiswa bisa memahami budaya kerja profesional, alur kerja organisasi, dan tantangan yang ada di dunia kerja.

Selain itu, magang merupakan bagian dari program “Merdeka Belajar – Kampus Merdeka” (MBKM) di Indonesia yang dimana magang akademis bisa disetarakan hingga 20 SKS (Inaba, 2021). Dengan demikian, magang bukan hanya aktivitas tambahan, melainkan bagian inti dari kurikulum yang memberikan pengalaman kerja sekaligus pengakuan akademis.

Dari sisi manfaat, magang terbukti efektif dalam meningkatkan kompetensi mahasiswa baik dalam keterampilan teknis (hard skill) maupun non teknis (soft skill). Menurut Bpmbkm (2023), magang membantu mahasiswa mengasah pengetahuan praktis, memperluas jaringan profesional, dan mempersiapkan karier lebih matang. Ketika mahasiswa bekerja dalam lingkungan kerja nyata mereka

belajar komunikasi, manajemen waktu, pemecahan masalah, serta cara bekerja dalam tim.

Magang juga memberikan manfaat jangka panjang dalam hal karier dan relasi profesional. Sebagaimana dijelaskan dalam Setya (2022), magang membantu mahasiswa memperoleh pengalaman langsung, mengenali culture perusahaan, dan membangun relasi yang bisa menjadi pintu kesempatan kerja setelah lulus. Selain itu, magang yang berjalan dengan baik bisa membuka peluang direkrut oleh perusahaan tempat magang atau bahkan mendapatkan rekomendasi dari mentor tempat magang.

PT. Altrak 1978 adalah perusahaan yang beroperasi sebagai agen tunggal dan distributor alat berat di Indonesia yang berdiri sejak 12 Juni 1978. Keberadaan PT. Altrak 1978 selama puluhan tahun menjadikan perusahaan ini sangat mapan dan memiliki pengalaman yang luas dalam industri alat berat. Dengan latar belakang yang kuat, magang di PT. Altrak 1978 memberikan kesempatan belajar dari perusahaan yang sudah lama dalam pasar alat berat nasional.

Perusahaan ini berada di bawah naungan grup Central Cipta Murdaya (CCM) yang memiliki lebih dari 60 anak perusahaan di berbagai sektor usaha. Struktur korporasi seperti ini menunjukkan bahwa PT. Altrak 1978 bukan hanya perusahaan kecil lokal, melainkan bagian dari grup besar dengan sumber daya yang signifikan. Hal ini memberikan potensi magang yang sangat baik karena mahasiswa dapat terkena budaya perusahaan besar dan cara manajemen korporasi yang profesional.

Salah satu alasan pemilihan PT. Altrak 1978 sebagai tempat magang adalah jaringannya yang sangat luas. PT. Altrak 1978 memiliki puluhan cabang di seluruh Indonesia. Sumita (2024), dengan jaringan cabang yang komprehensif, perusahaan ini mampu memberikan layanan jual dan dukungan teknis secara cepat ke pelanggan di berbagai wilayah. Bagi peserta magang, hal ini menjadi keuntungan besar karena dapat mengamati operasi distribusi dan logistik alat berat dari pusat hingga cabang.

Selain distribusi, PT. Altrak 1978 juga sangat memperhatikan aspek pelayanan setelah menjual barang. Tim teknisi perusahaan terlatih, tersedia suku cadang, dan ada layanan perbaikan di lapangan atau bengkel perusahaan.

Komitmen perusahaan terhadap nilai – nilai keselamatan, kesehatan, dan lingkungan (K3 / HSE) menjadi faktor penting. PT. Altrak 1978 menerapkan kebijakan HSE sebagai bagian dari operasionalnya. Verianty (2022), hal ini sangat relevan untuk mahasiswa magang karena selain memperoleh keterampilan teknis, mahasiswa magang juga bisa memahami bagaimana perusahaan besar mengelola teknis, mahasiswa magang juga bisa memahami bagaimana perusahaan besar mengelola risiko operasional dan menjaga keselamatan kerja.

Program magang merupakan bagian dari kebijakan Merdeka Belajar – Kampus Merdeka (MBKM) yang bertujuan untuk memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk belajar langsung di dunia kerja. Melalui program magang, mahasiswa dapat menerapkan ilmu yang diperoleh di bangku kuliah ke dalam kegiatan kerja nyata di perusahaan. Selama menjalani magang di PT. Altrak 1978, penulis terlibat dalam berbagai kegiatan event, baik event internal maupun event eksternal perusahaan. Keterlibatan ini membuat penulis tidak hanya memahami teori secara konsep, tetapi juga melihat langsung bagaimana sebuah event direncanakan dan dijalankan secara profesional.

Dalam pelaksanaan kegiatan tersebut, Event Management Theory menjadi landasan utama karena teori ini menjelaskan bahwa event merupakan rangkaian kegiatan yang harus dikelola secara terencana, mulai dari tahap perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, hingga evaluasi. Selama magang, mahasiswa terlibat dalam penyusunan kebutuhan acara, koordinasi dengan tim dan vendor, serta memastikan acara berjalan dengan lancar. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan event sangat bergantung pada pengelolaan yang baik dan terstruktur (Altrak & Amin, 2022).

Selain itu, event yang diselenggarakan oleh PT. Altrak 1978 juga berfungsi sebagai sarana promosi perusahaan. Oleh karena itu, Event Marketing Theory

menjadi teori pendukung yang relevan. Teori ini menjelaskan bahwa event digunakan sebagai strategi pemasaran untuk memperkenalkan produk, meningkatkan kesadaran merek, dan membangun hubungan dengan pelanggan (Altrak & Ghozali, 2022). Kegiatan seperti seminar produk dan pameran industri memungkinkan perusahaan berinteraksi langsung dengan konsumen, sehingga pesan pemasaran dapat disampaikan dengan lebih efektif.

Pelaksanaan event di PT. Altrak 1978 juga dirancang untuk memberikan pengalaman yang berkesan bagi para pengunjung. Hal ini sesuai dengan Experience Theory yang menekankan bahwa nilai utama sebuah event terletak pada pengalaman yang dirasakan oleh pengunjung. Aktivitas seperti melihat langsung alat berat, berinteraksi dengan tim perusahaan, serta menerima souvenir, dan activity yang perusahaan berikan untuk konsumen dapat menciptakan kesan positif terhadap perusahaan. Bagi mahasiswa magang, keterlibatan dalam kegiatan ini membantu memahami pentingnya menciptakan pengalaman yang baik agar event dapat meninggalkan kesan mendalam bagi audiens (Altrak & Ghozali, 2021).

Selain itu, penyelenggaraan event di PT. Altrak 1978 melibatkan banyak pihak baik dari dalam maupun luar perusahaan. Oleh karena itu, Stakeholder Theory juga relevan untuk digunakan. Teori ini menjelaskan bahwa keberhasilan sebuah event sangat dipengaruhi oleh kerja sama antara berbagai pihak yang terlibat, seperti karyawan, manajemen, pelanggan, vendor, dan mitra bisnis (Altrak & Amin, 2021). Selama magang, mahasiswa belajar berkoordinasi dengan berbagai pihak tersebut agar kegiatan event dapat berjalan sesuai dengan rencana.

Kegiatan magang di PT. Altrak 1978 dapat dipahami melalui Event Management Theory sebagai landasan utama yang didukung oleh Event Marketing Theory, Experience Theory, dan Stakeholder Theory. Keempat teori ini saling melengkapi dalam menjelaskan bagaimana event direncanakan, dimanfaatkan sebagai media pemasaran, dirancang untuk memberikan pengalaman yang baik, dan dijalankan melalui kerja sama berbagai pihak. Penerapan teori – teori ini memberikan pengalaman belajar yang berharga bagi mahasiswa dalam menghadapi dunia kerja yang sesungguhnya.

Dalam pelaksanaan kegiatan promosi, PT. Altrak 1978 menerapkan konsep event sebagai strategi komunikasi pemasaran. Event tidak hanya berfungsi sebagai kegiatan operasional, tetapi juga sebagai media untuk menyampaikan pesan perusahaan, membangun brand awareness serta menjalin hubungan dengan pelanggan. Aktivitas promosi dan event yang dilakukan seperti seminar produk dan pameran industri dikelola secara terstruktur dan selaras dengan Event Management Theory yang menekankan tahapan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi. Selain itu, event tersebut juga relevan dengan Event Marketing Theory karena dimanfaatkan sebagai sarana pemasaran untuk memperkenalkan produk dan memperkuat citra perusahaan.

Tentunya, event internal ataupun event eksternal ini sangat penting bagi perusahaan PT. Altrak 1978. Event internal penting karena berfungsi untuk mempererat hubungan antar karyawan dan manajemen serta menciptakan suasana kerja yang lebih positif. Event internal ini memberikan manfaat terbangunnya komunikasi yang lebih baik di lingkungan kerja dan meningkatkan semangat kerja karyawan.

Pada event eksternal seperti event Mining Expo dan Construction Indonesia berperan sangat penting sebagai media promosi dan branding PT. Altrak 1978 di industri pertambangan dan konstruksi. Melalui pameran ini, perusahaan bisa memperkenalkan produk – produk mereka, memperluas jaringan bisnis, dan bisa membangun hubungan dengan pelanggan dan juga mitra bisnis. Sama halnya dengan seminar Valvoline yang penting juga sebagai sarana komunikasi langsung antara perusahaan dengan pelanggan untuk menjaga hubungan bisnis tetap berjalan dengan baik. Terbangunnya hubungan yang lebih baik dengan pelanggan bisa meningkatkan penjualan yang tentunya hal ini bisa sangat berdampak bagi perusahaan PT. Altrak 1978.

Dalam event internal melalui komunikasi yang baik juga bisa membantu untuk memastikan acara berjalan dengan lancar sesuai dengan rencana dan semua pihak bisa memahami peranannya masing – masing dalam event tersebut (Meltareza et al., 2024). Pada event eksternal seperti Mining Expo dan Construction Indonesia

2025, komunikasi yang baik berfungsi sebagai sarana untuk menyampaikan informasi dari perusahaan kepada publik. Maka di dalam event eksternal ini terjalin hubungan komunikasi dua arah yang memungkinkan perusahaan menerima masukan dari pelanggan dan memahami kebutuhan pasar (Santika, 2024). Dengan begitu, komunikasi dalam event ini bisa mendukung kegiatan promosi dan memperkuat hubungan dengan pelanggan bahkan juga dengan mitra bisnis.

Dalam event seminar seperti seminar Valvoline, komunikasi berfungsi untuk menyampaikan informasi produk secara langsung kepada pelanggan. Melalui presentasi yang dilakukan oleh pembicara dan sesi tanya jawab, perusahaan bisa menjelaskan manfaat dan keunggulan produk dengan lebih jelas lagi. Komunikasi yang baik dalam seminar juga membantu untuk membangun kepercayaan pelanggan karena mereka dapat berinteraksi langsung dengan pihak perusahaan. Selain itu, seminar menjadi sarana komunikasi yang efektif untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan dan mendukung kegiatan pemasaran perusahaan (Setiawan et al., 2022).

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Kegiatan magang merupakan bagian penting dari proses pembelajaran yang mempunyai maksud untuk memberikan pengalaman nyata kepada mahasiswa dalam dunia kerja. Dengan melaksanakan kegiatan magang, mahasiswa dapat memahami bagaimana suasana kerja dan bagaimana ilmu yang diperoleh di perkuliahan dapat diterapkan dalam dunia kerja. PT. Altrak 1978 bisa menjadi tempat kegiatan magang karena perusahaan ini memiliki reputasi yang baik di industri alat berat, serta memiliki sistem kerja yang profesional dan lingkungan kerja yang kondusif untuk belajar. PT. Altrak 1978 sudah sangat sesuai dengan kriteria tempat magang yang sudah kampus berikan. Melalui kegiatan magang di perusahaan PT. Altrak 1978 ini, mahasiswa diharapkan dapat memperluas wawasan, meningkatkan keterampilan, dan membangun sikap kerja yang positif.

Berikut adalah tujuan pelaksanaan kerja magang:

- Menerapkan teori Event Management yang dipelajari di perkuliahan, khususnya tahapan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi event dalam penyelenggaraan event internal dan eksternal PT. Altrak 1978.
- Mengaplikasikan konsep Event Marketing sebagai strategi komunikasi pemasaran melalui kegiatan promosi berbasis event untuk meningkatkan brand awareness, memperkenalkan produk alat berat, dan membangun hubungan dengan pelanggan dan mitra bisnis PT. Altrak 1978.
- Memahami sistem kerja dan prosedur operasional divisi Business Promotion termasuk alur administrasi promosi seperti LPR, RFP, dan UPD.
- Mengembangkan keterampilan teknis dan profesional meliputi pembuatan konten visual promosi, dokumentasi event, penggunaan aplikasi desain (Adobe Photoshop), komunikasi profesional, kerja tim, serta manajemen waktu dalam lingkungan kerja di industri alat berat.
- Membangun etika kerja, tanggung jawab, dan disiplin melalui keterlibatan langsung dalam kegiatan operasional Perusahaan, interaksi dengan karyawan, vendor, dan pelanggan sebagai bekal untuk pengembangan karir di bidang promosi dan event.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kegiatan praktik kerja magang oleh mahasiswa dilakukan berdasarkan ketentuan yang berlaku pada program Internship Track 1, yang mewajibkan mahasiswa untuk menjalani magang selama minimal 80 hari kerja atau setara dengan 640 jam kerja sebagai salah satu syarat kelulusan. Praktik kerja magang yang dilakukan penulis dimulai dari tanggal 1 Juli 2025 sampai 31 Oktober 2025. Berikut data pelaksanaan kerja magang yang dilaksanakan penulis:

- Nama Perusahaan : PT. Altrak 1978
- Bidang Usaha : Agen Tunggal dan Distributor Alat Berat
- Hari Kerja : Senin – Jumat

- Waktu Kerja : 10 jam/hari
- Periode Magang : 4 bulan
- Posisi Magang : Bussines Promotion Intern
- Alamat Perusahaan : Jl. RC. Veteran No 4, Bintaro, Jakarta 12330

Berikut prosedur pelaksanaan kerja magang penulis:

A. Proses Administrasi Kampus UMN

1. Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN.
2. Mengisi KRS internship di myumn.ac.id dengan syarat telah menempuh 90 sks dan tidak ada nilai D & E. Serta me-request 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 email 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 praktek kerja magang dimulai dengan mengirimkan Curriculum Vitae (CV), Portfolio, dan Cover Letter ke email PT. Altrak 1978.

2. Proses penerimaan magang dilanjutkan dengan dihubungi oleh pihak Training Center (TC) melalui WhatsApp untuk mengatur jadwal sesi wawancara.
3. Sesi wawancara dengan TC dilakukan secara offline di kantor PT. Altrak 1978.
4. Konfirmasi penerimaan dilakukan melalui WhatsApp dan disertai dengan permintaan kelengkapan administrasi yang dibutuhkan.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

1. Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai Business Promotion Intern pada departemen HR & GA.
2. Penugasan dan kebutuhan informasi, didampingi langsung oleh Ibu Ernawati sebagai Supervisor General Affair 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 Bapak Dr. Aloysius Gonzaga Eka Wenats Wuryanta, S.S., M.Si. selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan offline.
2. Laporan praktik kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi

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