

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan industri *outsourcing* di Indonesia menunjukkan tren positif seiring meningkatnya kebutuhan perusahaan terhadap tenaga kerja yang fleksibel dan efisien. Berdasarkan data dari INVEDUS, permintaan tenaga kerja *outsourcing* mengalami kenaikan sekitar 9% per tahun, terutama dari sektor perbankan, ritel, dan layanan pelanggan. Kenaikan ini didorong oleh kebutuhan perusahaan untuk beradaptasi dengan transformasi digital serta efisiensi operasional pasca pandemi. PT Danamas Insan Kreasi Andalan sebagai salah satu perusahaan penyedia tenaga kerja profesional turut mengalami pertumbuhan signifikan, dengan perluasan klien di berbagai industri seperti perbankan, FMCG, dan telekomunikasi. Melalui layanan berbasis solusi sumber daya manusia yang terintegrasi, PT DIKA berhasil mempertahankan reputasinya sebagai mitra strategis bagi perusahaan yang ingin meningkatkan kualitas SDM dan produktivitas bisnis. Tren ini menunjukkan bahwa industri *outsourcing* memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional serta penyerapan tenaga kerja di Indonesia.



Gambar 1. 1 Data Negara Besar yang Mendominasi Pasar *Outsourcing*

Sumber: Data Perusahaan (2025)

Industri *outsourcing* merupakan salah satu sektor penting dalam perekonomian nasional yang terus menunjukkan pertumbuhan positif, terutama setelah masa pemulihan pasca pandemi COVID-19. Seiring meningkatnya kebutuhan perusahaan untuk beradaptasi dengan transformasi digital dan efisiensi biaya operasional, permintaan terhadap tenaga kerja *outsourcing* dan layanan manajemen SDM semakin meningkat. Berdasarkan data dari Pesona Cipta (2025), terdapat lebih dari 2,2 juta pekerja di Indonesia yang tersebar di sekitar 68 ribu perusahaan penyedia jasa *outsourcing*. Angka ini menunjukkan bahwa industri *outsourcing* memiliki peran besar dalam menyerap tenaga kerja di berbagai sektor, seperti keuangan, logistik, hingga layanan pelanggan. Di sisi lain, Badan Pusat Statistik (BPS, 2024) mencatat bahwa tingkat pengangguran terbuka di Indonesia berada di angka 1,11% per Februari 2024, menunjukkan perlunya sektor *outsourcing* terus berkontribusi dalam membuka peluang kerja baru. Dalam konteks ini, strategi komunikasi dan employer branding menjadi aspek penting bagi perusahaan seperti PT Danamas Insan Kreasi Andalan untuk membangun citra positif, memperluas jaringan klien, serta memperkuat perannya dalam mendukung penyerapan tenaga kerja nasional.



Gambar 1. 2 Angka Pengangguran Indonesia Naik 1,11%
Februari 2024 – Februari 2025
(Sumber : Badan Pusat Statistik Indonesia, Mei 202)

Peran *Content Creator* yang kuat menjadi aspek penting bagi PT Danamas Insan Kreasi Andalan dalam membangun citra positif di industri *outsourcing* yang kompetitif. Menurut Chris Fill & Sarah Turnbull (2016), komunikasi pemasaran merupakan proses strategis yang memadukan berbagai elemen seperti periklanan, promosi, hubungan masyarakat, dan pemasaran digital untuk menciptakan hubungan yang kuat antara perusahaan dan audiensnya. Dalam konteks PT DIKA, strategi ini tidak hanya berfokus pada peningkatan *brand awareness*, tetapi juga pada pembentukan persepsi positif terhadap budaya kerja dan lingkungan perusahaan melalui pendekatan *employer branding*. Sebagai seorang *content creator*, peran dalam menghasilkan konten visual dan naratif yang menarik di media sosial menjadi kunci untuk mengkomunikasikan nilai-nilai perusahaan serta menunjukkan suasana kerja yang inklusif dan kolaboratif. Berdasarkan data Kemp (2024), sebanyak 97,8% penduduk Indonesia menggunakan media sosial, menjadikannya saluran efektif untuk menjangkau generasi muda dan calon tenaga kerja potensial. Oleh karena itu, strategi komunikasi digital yang kreatif dan konsisten sangat dibutuhkan untuk memperkuat citra PT DIKA sebagai perusahaan yang profesional, adaptif, dan berorientasi pada pengembangan sumber daya manusia.

PT Danamas Insan Kreasi Andalan dikenal memiliki tim *Marketing Communication* yang kuat dan strategis dalam mengelola citra perusahaan serta komunikasi ke klien dan calon karyawan. Tim ini efektif memanfaatkan beragam saluran digital termasuk Instagram, LinkedIn, dan website perusahaan untuk menyampaikan pesan inspiratif, memadukan *storytelling* karyawan, *highlight* divisi, dan informasi rekrutmen. Strategi PT DIKA menekankan kolaborasi internal dengan tim HR dan unit operasional serta kemitraan langsung dengan klien korporat untuk menghadirkan konten yang autentik dan relevan dengan kebutuhan industri. Dan juga penulis memilih berkontribusi dan belajar langsung sebagai *content creator* di PT DIKA untuk meningkatkan *soft skill* dalam *problem solving* dan *communication skills*.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Tujuan kerja magang ini tidak hanya menjadi syarat kelulusan Universitas Multimedia Nusantara, namun juga memberikan pengalaman baru dan menambah wawasan untuk bekerja di masa depan. Berikut adalah tujuan kerja magang secara rinci:

1. Meningkatkan pemahaman tentang strategi *marketing communication* di industri *outsourcing*.
2. Menerapkan pemahaman *digital marketing* dalam aktivitas magang

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Proses pelaksanaan magang dilakukan 640 jam sesuai dengan ketentuan dari kampus. Kerja magang dilaksanakan pada tanggal 7 Juli 2025 hingga , dan 5 Desember 2025, dilakukan secara *work from office*. Pelaksanaan kerja dilakukan secara *work from office* dengan jam kerja sebagai berikut:

Hari Kerja	: Senin - Jumat
Waktu Jam Kerja Efektif	: 09.00 – 18.00
Alamat	: Jl. D. Tondano No.4, RT.11/RW.6, Bend. Hilir,Kecamatan Tanah Abang, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10210

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

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN via zoom meeting.
- 2) Mengisi KRS internship di myumn.ac.id dengan syarat telah menempuh 110 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 dengan mengisi form data diri pada Google Form yang diberikan oleh pihak perusahaan dengan mengirimkan CV dan Portfolio langsung kepada HRD PT Danamas Insan Kreasi Andalan
- 2) Proses penerimaan praktek kerja magang di PT Danamas Insan Kreasi Andalan dilanjutkan dengan menyelesaikan administrasi yang diperlukan, diikuti dengan penerbitan Letter of Acceptance oleh PT Danamas Insan Kreasi Andalan pada 17 Juni 2025

C. Proses Pelaksanaan Praktek Kerja Magang

- 1) Pelaksanaan magang berlangsung dari 7 Juni 2025 hingga 5 Desember 2025 dengan posisi sebagai Content Creator Intern di salah satu jaringan MTV Creative
- 2) Seluruh tugas, arahan, dan informasi diberikan oleh supervisor MTV Creative
- 3) Menjalankan tanggung jawab sehari-hari sesuai dengan peran sebagai Content Creator Intern
- 4) Supervisor menilai kinerja selama magang melalui website prostep.umn.ac.id

D. Proses Pembuatan Laporan Praktek Kerja Magang

- 1) Penyusunan laporan magang dilakukan berdasarkan instruksi yang tercantum dalam panduan akademik serta panduan magang yang tersedia di my.umn.ac.id
- 2) Proses pembuatan laporan dibimbing oleh sebagai dosen pembimbing magang, dengan minimal 8 kali pertemuan yang diadakan pada tanggal yang sudah ditentukan oleh penulis dan dosen pembimbing pada pukul 13.00 – 15.00 WIB

