

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Program magang merupakan tahapan esensial bagi mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi untuk menguji keandalan teori akademis di tengah dinamika industri yang sesungguhnya. Selama masa perkuliahan, mahasiswa telah dibekali dengan berbagai landasan konseptual dan teknis, salah satunya melalui pemahaman pada mata kuliah *Creative Production Management*. Mata kuliah ini memberikan kerangka strategis mengenai perencanaan konten, mulai dari perumusan ide, penyusunan konsep kreatif, hingga eksekusi produksi visual. Meskipun demikian, simulasi di ruang kelas tentu memiliki dimensi tantangan yang berbeda dengan realitas lapangan kerja. Terdapat urgensi yang besar bagi mahasiswa untuk memvalidasi keterampilan tersebut di dalam ekosistem industri yang nyata, di mana sebuah karya media tidak sekadar dituntut menarik secara visual, tetapi juga harus membawa dampak positif dan dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya kepada publik.

Kesehatan merupakan salah satu aspek paling fundamental dalam kehidupan manusia yang mencakup kondisi fisik, mental, dan sosial secara menyeluruh, yang kini cara penyampaian informasinya tidak terlepas dari arus digitalisasi. Tingginya tingkat penetrasi internet di masyarakat menjadikan media sosial sebagai rujukan utama dalam mencari informasi, termasuk literasi mengenai kesehatan. Jika di masa lalu masyarakat sangat bergantung pada kunjungan langsung ke fasilitas pelayanan medis untuk mendapatkan edukasi, kini akses tersebut berada di dalam genggam digital. Transformasi ini membuka jalan baru bagi penyebaran informasi kesehatan secara masif, sekaligus menjadikannya bagian penting dalam upaya meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap perilaku hidup sehat dan tindakan pencegahan penyakit.

Pergeseran kebiasaan masyarakat dalam mengakses informasi tersebut secara otomatis turut meredefinisi peran rumah sakit sebagai institusi pelayanan kesehatan utama. Di era modern ini, rumah sakit tidak lagi hanya berfungsi eksklusif sebagai tempat pemberian tindakan medis kuratif, tetapi juga memikul tanggung jawab moral untuk memberikan edukasi preventif secara proaktif kepada masyarakat. Kehadiran media digital membuka peluang emas bagi institusi kesehatan untuk menjangkau audiens yang jauh lebih luas. Media sosial memungkinkan terjadinya komunikasi yang interaktif antara organisasi dan publiknya. Dengan demikian, penyampaian informasi kesehatan dari pihak rumah sakit tidak lagi bersifat satu arah, melainkan memberikan ruang yang setara bagi masyarakat untuk berinteraksi, bertanya, serta memberikan tanggapan secara langsung.

Namun, kemudahan akses informasi ini ibarat pedang bermata dua yang menghadirkan tantangan baru bagi lanskap komunikasi kesehatan. Aksesibilitas digital yang tinggi mendorong banyak masyarakat, khususnya di wilayah perkotaan, untuk melakukan pencarian informasi kesehatan secara mandiri melalui internet sebelum memutuskan untuk berkonsultasi dengan tenaga medis. Di satu sisi hal ini membuktikan kemandirian literasi, namun di sisi lain kondisi tersebut meningkatkan risiko kelebihan informasi serta kerentanan terhadap penyebaran misinformasi yang belum tentu valid. Media sosial dinilai sangat rentan menjadi sarang informasi keliru mengenai pengobatan mandiri, yang apabila tidak disaring dengan ketat, dapat membahayakan keputusan kesehatan masyarakat.

Tantangan komunikasi kesehatan ini menjadi semakin kompleks ketika dihadapkan pada kelompok generasi muda yang tumbuh dan berkembang secara absolut bersama teknologi digital. Tingginya intensitas penggunaan internet membuat kelompok ini terbiasa memperoleh informasi instan, sehingga rentan melakukan diagnosis mandiri hanya berbekal paparan konten medis berdurasi singkat. Selain itu, dinamika ekonomi perhatian menunjukkan bahwa audiens digital saat ini memiliki rentang perhatian yang sangat pendek, sehingga mereka cenderung mudah melewati konten yang gagal memikat pada detik-detik pertama. Preferensi terhadap konten visual yang ringkas ini mengharuskan institusi kesehatan untuk menyiasati strategi penyampaian, di mana bahasa medis yang terlalu formal tidak lagi efektif.

Kompleksitas dan tantangan struktural di ranah komunikasi kesehatan inilah yang justru memicu ketertarikan Penulis untuk terjun memilih rumah sakit sebagai laboratorium praktik magang. Di saat mayoritas mahasiswa ilmu komunikasi lebih tertarik menjajaki industri agensi atau hiburan yang mengedepankan kebebasan berekspresi, Penulis melihat adanya tanggung jawab etis yang jauh lebih menantang di industri pelayanan kesehatan. Komunikasi di sektor medis diikat erat oleh regulasi institusi, standar operasional prosedur, dan kode etik profesi kedokteran yang sangat kaku. Setiap narasi visual maupun tulisan yang dipublikasikan mutlak tidak boleh mengandung bias yang menyesatkan, memberikan ruang pendewasaan profesional bagi Penulis untuk belajar menyeimbangkan insting kreativitas desain dengan kedisiplinan tinggi.

Dalam upaya memvalidasi keterampilan akademis tersebut, Primaya Hospital Tangerang ditetapkan sebagai institusi yang paling ideal untuk pelaksanaan kerja magang. Sebagai rumah sakit swasta yang mengedepankan modernisasi pelayanan, institusi ini telah menyadari urgensi komunikasi digital dalam menjembatani kebutuhan pasien. Tersedianya posisi *Social Media Specialist* di departemen pemasaran rumah sakit ini membuka peluang yang sangat selaras dengan minat keilmuan Penulis. Penempatan pada posisi strategis ini memastikan bahwa Penulis akan terlibat secara langsung di garda terdepan dalam merancang, mengeksekusi, dan mengevaluasi taktik penyebaran literasi kesehatan kepada sasaran audiens yang tepat.

Secara teknis, pemilihan Primaya Hospital Tangerang juga didasari oleh perhitungan strategis terkait efisiensi operasional harian. Jarak geografis yang dekat antara instansi magang dengan tempat tinggal Penulis menghadirkan keuntungan mobilitas yang sangat efisien. Penghematan waktu dari proses komuter harian ini memberikan privilese bagi Penulis untuk memfokuskan seluruh konsentrasi dan stamina kerja. Fokus penuh ini sangat krusial mengingat ritme operasional di sektor pelayanan rumah sakit cenderung bergerak dengan sangat cepat, dinamis, dan senantiasa menuntut kesiapan kerja tingkat tinggi dari setiap staf profesionalnya.

Selama mengemban perannya sebagai *Social Media Specialist*, Penulis menetapkan objektif untuk menambal kekurangan kompetensi yang belum sepenuhnya diasah secara praktikal di lingkungan kampus. Penulis bertekad menyerap ilmu melalui keterlibatan aktif dalam seluruh rantai produksi media sosial mulai dari tahap penyusunan ide dan kurasi tren, koordinasi peliputan dan pengambilan video edukasi bersama tim dokter spesialis, penyuntingan visual, hingga pengunggahan di akun Instagram TapCare. Melalui pendelegasian tugas ini, Penulis belajar bagaimana menerjemahkan istilah medis yang kompleks menjadi desain visual yang inklusif, merangkai bahasa yang membumi, serta menjaga kredibilitas instansi secara simultan.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Program magang merupakan bagian integral dari kurikulum Universitas Multimedia Nusantara untuk memberikan pengalaman kerja nyata kepada mahasiswa. Melalui kegiatan ini, tersedia kesempatan untuk mengembangkan kemampuan profesional dan mengaplikasikan teori yang telah dipelajari selama perkuliahan ke dalam praktik lapangan. Kegiatan magang juga menjadi sarana pembelajaran untuk memahami dinamika dunia kerja, beradaptasi dengan lingkungan profesional, serta mengasah kompetensi agar siap menghadapi tantangan karir setelah lulus.

Adapun maksud dan tujuan pelaksanaan magang yang ingin dicapai dari program ini adalah:

1. Memahami secara mendalam peran seorang *Social Media Specialist* dalam merancang strategi, alur konten, dan struktur editorial yang kredibel untuk media sosial rumah sakit.
2. Memperoleh pengalaman langsung di lingkungan kerja yang berorientasi pada akurasi data medis, riset kesehatan, dan *storytelling* yang menyentuh sisi emosional audiens.
3. Mengasah kemampuan berpikir kritis dan kreatif, komunikasi efektif, kolaborasi tim lintas departemen, serta pemecahan masalah dalam proses perencanaan konten harian.
4. Memperoleh kemampuan teknis di bidang *content planning*, riset tren kesehatan, manajemen media sosial, hingga *copywriting* medis dalam mengelola akun Instagram TapCare.
5. Mengimplementasikan konsep dan teori yang telah dipelajari selama perkuliahan, terutama di bidang *Marketing Communication* dan *Social Mobile & Marketing*, ke dalam strategi komunikasi kesehatan digital di Primaya Hospital Tangerang.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Kegiatan magang sebagai *Social Media Specialist* di Primaya Hospital Tangerang dilakukan selama 4 bulan, dimulai dari 02 Maret 2026 dan berakhir pada 02 Juli 2026 berdasarkan kesepakatan kerja magang dengan Primaya Hospital Tangerang. Selama periode tersebut, penulis menjalani 640 jam kerja sesuai dengan persyaratan akademik yang ditetapkan Universitas Multimedia Nusantara.

Pelaksanaan magang dilaksanakan selama lima hari kerja, yaitu Senin hingga Jumat dengan sistem *Work From Office* (WFO).

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

1. Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN selama minimal 8 kali pertemuan.
2. Penulis melakukan pengisian Kartu Rencana Studi (KRS) Social Impact Initiatives dengan ketentuan memenuhi 100 SKS tanpa nilai D & E pada laman myumn.ac.id.
3. Pada bulan Februari, penulis melakukan Program Magang pada website prostep.umn.ac.id.
4. Setelah memperoleh persetujuan dari pihak kampus melalui *e- mail student*, penulis menerima *cover letter Magang (KM-01)*.
5. Penulis mengurus form MBKM-02 (Kartu Kerja Magang), MBKM-03 (*Daily Task*), dan MBKM-04 (Lembar Verifikasi Laporan Magang) selama proses magang dan menulis laporan akhir magang dengan dosen pembimbing Dr. Aloysius Gonzaga Eka Wenats Wuryanta, M.Si, CDM

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

1. Pada 27 Februari 2026, Primaya Hospital Tangerang mengirimkan surat penerimaan magang terkait perjanjian kontrak magang.
2. Penulis mengunggah Letter of Acceptance (LoA) dari Primaya Hospital Tangerang, melengkapi data pribadi, tempat praktik kerja magang serta informasi supervisor untuk memenuhi proses registrasi pada laman prostep.umn.ac.id

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

1. Penulis melakukan praktik kerja magang dengan posisi *Social Media Specialist* pada Primaya Hospital Tangerang sesuai tanggal yang tertera pada KM-02, yaitu 04 maret 2026 hingga 05 Maret 2026.
2. Penulis melaksanakan praktik kerja magang di bawah Akbar Lesmana.
3. Pengisian dan penandatanganan form KM-02 sampai KM-04 dilakukan pada saat proses praktik kerja magang berlangsung dan mengajukan lembar penilaian kerja magang kepada supervisor pada akhir periode magang

D. Proses Pembuatan Laporan praktik Kerja Magang

1. Penulis merancang laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Dr. Aloysius Gonzaga Eka Wenats Wuryanta, M.Si, CDM selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan offline.
2. Setelah selesai, laporan praktik kerja magang akan diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.

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