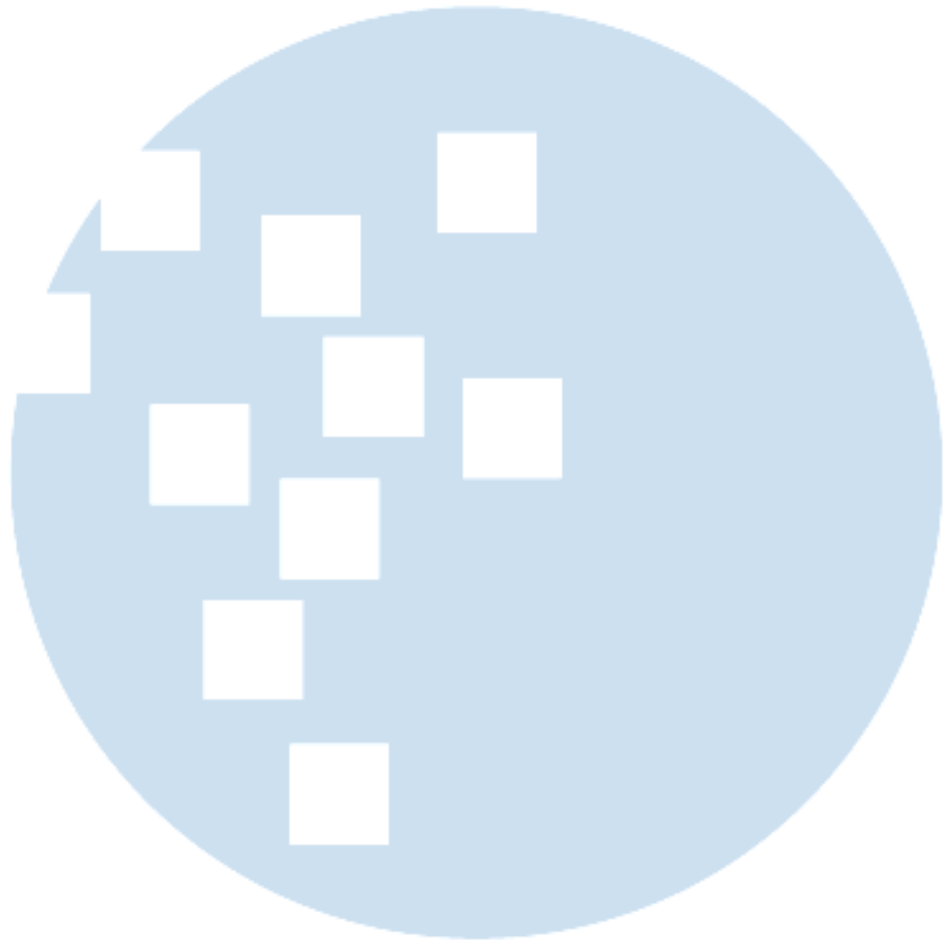




UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

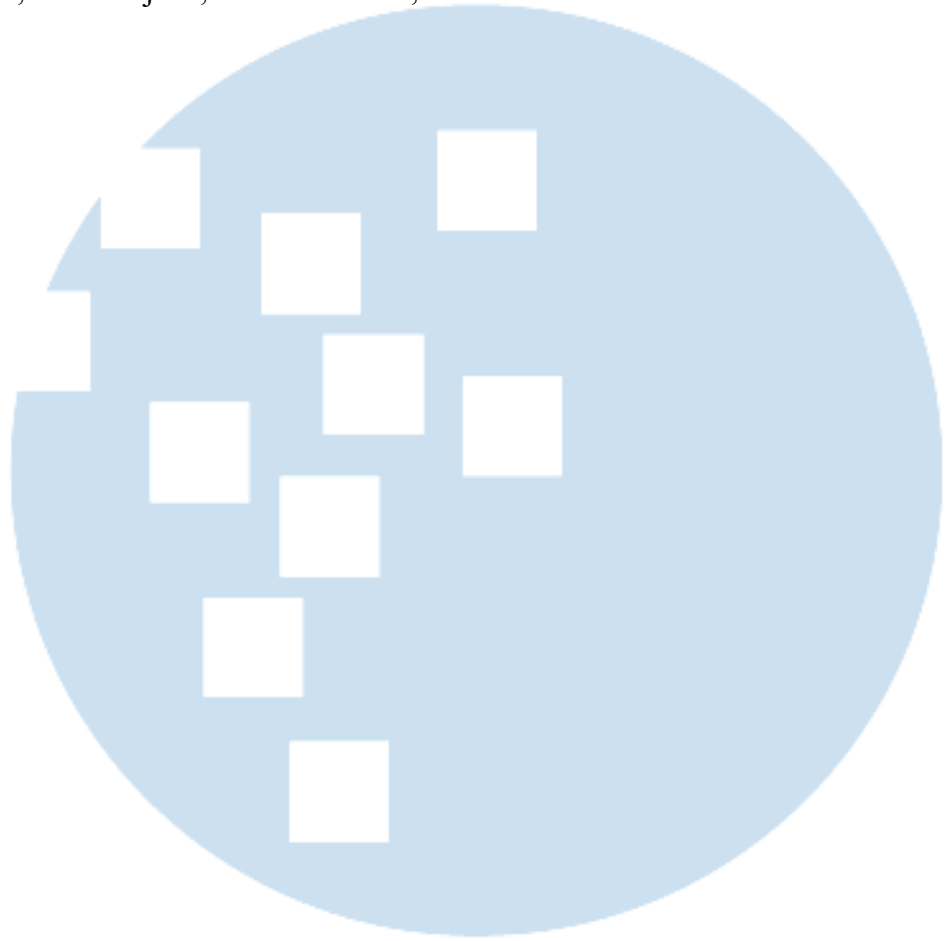
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era yang terus berkembang ini, kebutuhan manusia semakin lama akan semakin meningkat. Kebutuhan primer sudah menjadi klasifikasi kebutuhan yang pertama diatas sekunder dan tersier. Kebutuhan primer yang terdiri dari sandang (pakaian), pangan (makanan dan minuman), dan papan (tempat tinggal) sudah menjadi kebutuhan yang selalu diutamakan oleh kita untuk memiliki kenyamanan selama kita hidup untuk memenuhi kebutuhan kehidupan sehari-hari. Setelah kebutuhan primer dipenuhi, baru bisa kita memenuhi kebutuhan sekunder dan tersier. Kini kebutuhan primer sudah tidak hanya mengenai sandang, pangan dan papan, tetapi ada tambahan kebutuhan yang telah bertambah yang bentuk nya berupa perlindungan atau jaminan atas keamanan finansial untuk di masa yang akan datang sebagai meminimalisir dan manajemen resiko hidup. Perlindungan ini adalah berupa asuransi, salah satu cara efektif dalam meminimalisir dan manajemen resiko-resiko dalam kehidupan. Asuransi adalah perjanjian perlindungan yang dilakukan oleh pihak penyedia asuransi yang disebut sebagai penanggung resiko dan nasabah atau klien yang menjadi tertanggung. Kita akan disebut nasabah saat sudah membeli dan membayar polis kepada perusahaan asuransi terpilih untuk menangani resiko hidup yang tidak terduga. Seperti saat kita jatuh sakit, kecelakaan, dan meninggal dunia, asuransi dapat menjadi jaminan dalam proteksi jangka panjang yang dapat menjadi keamanan finansial untuk mengatasi resiko-resiko di masa yang akan datang dan resiko tertentu yang sudah di dijanjikan sebelumnya. Sesuai dengan istilah yang sering kita dengar yaitu “Sedia payung sebelum hujan” asuransi dianggap sebagai payung kita yang kita harus sediakan untuk menghadapi hujan yang dianggap sebagai resiko-resiko yang akan datang di masa yang akan datang. Dalam artian lain, Asuransi menjadi perisai kita dalam menghadapi pertempuran finansial yang dapat mempengaruhi kehidupan kita. Asuransi itu dibagi menjadi beberapa kategori berupa asuransi kesehatan, asuransi

sakit kritis, asuransi jiwa, asuransi rumah, asuransi kendaraan



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

dan masih banyak lagi.. Dan tentunya setiap asuransi memiliki perbedaan manfaat dan fungsi, seperti asuransi kesehatan yang memiliki manfaat untuk melindungi finansial terhadap biaya medis dan perawatan kesehatan, asuransi jiwa yang memberikan uang pertanggungan pada resiko kematian yang dialami oleh tertanggung, dan asuransi sakit kritis untuk melindungi finansial tertanggung jika terdiagnosa dengan penyakit serius atau kritis seperti kanker, serangan jantung, atau stroke asuransi sakit kritis memberikan manfaat berupa uang tunai yang dapat digunakan untuk biaya perawatan, pengobatan dan kebutuhan lainnya selama pemulihan. Di Indonesia sudah banyak sekali perusahaan asuransi yang datang untuk membantu dalam melindungi finansial dan menangani resiko kehidupan dimasa yang akan datang, perusahaan asuransi seperti Allianz, Generali, Prudential, Panin, Manulife, dan masih ada banyak lagi. Dan penulis akan lebih membahas salah satu perusahaan asuransi terbesar di dunia yaitu Allianz. Allianz sebagai perusahaan asuransi yang berdiri di Jerman sebagai salah satu asuransi terbesar di dunia memiliki sebuah agensi yang terbesar dan tersebar di seluruh Asia Tenggara bernama Vision Corporation. Penulis sebagai mahasiswa dari Universitas Multimedia Nusantara, akan melakukan program magang menjadi dan bergabung menjadi bagian dari divisi *Sales Marketing*.

Penulis melakukan program magang yang disediakan oleh Universitas Multimedia Nusantara di Vision Corporation yang berkolaborasi dengan Allianz dengan beberapa alasan dan tujuan yang jelas. Alasan penulis memilih untuk melakukan program magang di Vision Corporation dikarenakan penulis memiliki ketertarikan dan ingin mempelajari industri asuransi yang merupakan salah satu sektor jasa yang memiliki peran terpenting untuk memberikan perlindungan secara finansial untuk manajemen resiko kehidupan yang dapat dialami masyarakat di masa yang akan datang. Dalam kehidupan sehari-hari tentunya setiap individu tidak terlepas dari resiko kehidupan yang dapat menimbulkan kerugian finansial yang bisa berupa kecelakaan, terkena sakit, kehilangan aset berharga, dan risiko lainnya. Oleh karena itu industri asuransi dapat menjadi solusi yang memberikan perlindungan secara finansial. Meskipun asuransi memiliki peran penting dalam memberikan masyarakat perlindungan finansial

untuk manajemen berbagai resiko, tingkat pemahaman masyarakat terhadap produk asuransi masih menjadi salah satu tantangan terbesar dalam industri asuransi. Masih banyak sekali masyarakat yang belum atau tidak mengetahui manfaat, mekanisme, maupun pentingnya memiliki perlindungan asuransi sejak dini. Kondisi ini yang mendorong perusahaan Asuransi terutama di agency Vision Corporation yang memandang asuransi bukan lagi soal menjual produk-produk dari Allianz, tetapi juga melakukan edukasi dan komunikasi pemasaran yang efektif agar masyarakat dapat memahami manfaat dan pentingnya memiliki perlindungan finansial. Penulis memilih Vision Corporation sebagai tempat untuk menjalani program magang juga karena ingin memperoleh pengalaman langsung mengenai operasional dan proses bisnis yang berlangsung di dalam industri asuransi. Melalui program magang ini penulis berharap dapat memahami bagaimana perusahaan asuransi menjalankan aktivitas bisnisnya dari pengembangan produk, pemasaran, hingga memberikan layanan kepada nasabah. Penulis memilih program magang di Vision Corporation juga karena memiliki pengalaman yang banyak dalam memberikan perlindungan kepada masyarakat. Keberadaan Vision Corporation yang cukup lama dalam bidang asuransi dan berkolaborasi dengan salah satu perusahaan asuransi terbesar di dunia yaitu Allianz membuat penulis tertarik untuk mempelajari bagaimana sebuah agency dapat mempertahankan kepercayaan nasabah serta membangun jangka panjang dengan pelanggan. Selain memperoleh pengalaman kerja, penulis juga, penulis ingin mengembangkan kemampuan profesional yang dibutuhkan dalam dunia kerja. Melalui program magang ini, penulis berharap mendapatkan dan memahami standar kerja profesional yang berlaku, meningkatkan kemampuan berkomunikasi secara profesional di lingkungan kerja, serta mempelajari dan mengembangkan berkoordinasi dengan berbagai pihak untuk mencapai tujuan perusahaan.

Penulis melakukan program magang di Vision Corporation sebagai bagian divisi Brand Marketing dengan alasan dan tujuan. Alasan penulis melakukan program magang di Vision Corporation di divisi brand marketing adalah penulis memiliki ketertarikan bagaimana Vision Corporation membangun *Brand*

Awareness terkait produk-produk yang dimiliki oleh Vision Corporation ke masyarakat. Mulai dari membangun citra merek, meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk yang ditawarkan, serta menciptakan kepercayaan konsumen melalui berbagai aktivitas komunikasi pemasaran. Berhubungan dengan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk, industri asuransi memiliki sebuah keunikan dan perbedaan dari perusahaan yang menghasilkan produk fisik seperti kosmetik, *Food & Beverages*, Otomotif dan lain sebagainya. Perusahaan produk besar lainnya dapat langsung digunakan oleh masyarakat secara langsung di waktu yang sama disaat masyarakat membeli produk nya, tetapi di industri asuransi berbeda, produk asuransi hanya bisa digunakan disaat resiko kehidupan terjadi terlebih dahulu baru produk nya dapat digunakan. Sehingga salah satu alasan masyarakat masih kurangnya minat dalam mengambil asuransi, karena produknya tidak bisa langsung dipakai harus mengalami resiko kehidupan terlebih dahulu agar bisa menggunakan manfaat polis yang diambil masyarakat. Produk asuransi bukan hanya bergantung pada manfaat produk, tetapi juga bergantung pada kepercayaan pelanggan terhadap pemasar. Oleh karena itu Vision Corporation menggunakan divisi sales marketing untuk membangun citra dan reputasi yang baik agar masyarakat merasa yakin terhadap perlindungan yang ditawarkan. Upaya tersebut dilakukan sebagai aktivitas komunikasi pemasaran dan strategi brand produk yang terencana. Industri asuransi juga menarik perhatian penulis karena memiliki peran yang tidak hanya berfokus pada aspek bisnis, tetapi juga memberikan perlindungan bagi calon nasabah untuk manajemen resiko-resiko kehidupan. Penulis melihat, sebuah perusahaan asuransi bisa sukses dan besar bukan karena kualitas dan bagusnya sebuah produk yang dimiliki, tetapi juga kemampuan perusahaan dalam membangun komunikasi dan kepercayaan dengan masyarakat. Penulis memilih menjadi divisi sales marketing karena dapat memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengimplementasikan berbagai teori yang telah dipelajari selama perkuliahan ke dalam lingkungan kerja yang nyata. Melalui program ini, penulis dapat memahami bagaimana konsep pemasaran, komunikasi pemasaran, dan pengelolaan merek diterapkan secara langsung dalam kegiatan operasional

agency. Selain itu penulis juga berharap selama program magang sebagai divisi Sales marketing dapat menjadi sarana bagi penulis untuk memperdalam pemahaman mengenai aktivitas pemasaran dan pengelolaan merek yang dilakukan oleh Vision Corporation. Penulis berharap dapat mempelajari bagaimana strategi pemasaran dirancang, bagaimana perusahaan membangun *brand awareness* kepada masyarakat luas, serta bagaimana Vision Corporation mempertahankan citra positif di tengah persaingan industri yang semakin kompetitif. Penulis juga berharap dapat meningkatkan kemampuan dalam analisis untuk memahami perilaku konsumen, kebutuhan pasar, serta efektivitas strategi pemasaran yang dijalankan perusahaan. Kemampuan tersebut diharapkan dapat membantu penulis untuk memilih dan mengambil keputusan yang lebih tepat berdasarkan data dan kondisi pasar yang ada. Dan tidak hanya mengasah kompetensi teknis, penulis juga berharap melalui program ini dapat mengembangkan kemampuan dan keterampilan *soft skills* seperti kemampuan dalam bekerja sebagai tim, manajemen waktu, pemecahan masalah, kemampuan beradaptasi, serta tanggung jawab dalam menyelesaikan pekerjaan yang diberikan. Keterampilan tersebut adalah salah satu aspek yang terpenting dan diperlukan untuk menghadapi dunia kerja setelah menyelesaikan pendidikan di perguruan tinggi.

a. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang yang dilakukan penulis merupakan salah satu persyaratan kelulusan dan mendapatkan gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi. Harapannya melalui pelaksanaan kerja magang, mahasiswa dapat menerapkan dan mengimplementasikan pengetahuan komunikasi yang diperoleh selama masa perkuliahan langsung di lapangan. Dengan begitu, mahasiswa dapat memperoleh pengalaman dan pengetahuan tambahan sebelum benar-benar masuk ke dalam dunia kerja. Secara spesifik, magang ini memiliki beberapa tujuan.

Maksud dan tujuan dalam pelaksanaan praktik kerja magang antara lain:

- Mengimplementasikan secara langsung peran seorang *Sales Marketing* di dalam sebuah agency asuransi, yaitu Vision Corporation.
- Menguasai *workflow Sales Marketing* dalam proses perencanaan pemasaran dan lingkungan kerja dalam sebuah industri asuransi.
- Menerapkan pengetahuan yang didapatkan selama proses perkuliahan, terutama ilmu dari mata kuliah Komunikasi Interpersonal

- Mendapatkan pengalaman kerja secara profesional di perusahaan.
- Menyiapkan diri secara penuh untuk terjun langsung bekerja di industri yang profesional.

b. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Kerja Magang

Pelaksanaan magang di Vision Corporation dengan beberapa tahapan administratif hingga proses seleksi yang sudah ditentukan oleh agency tersebut. Vision Corporation membuka lowongan magang pada tanggal 4 Januari 2026 untuk mahasiswa/I dengan mengirimkan CV dan Portofolio ke email divisi Human Resources Development (HRD). Setelah mengirimkan CV dan Portofolio



, penulis di approach by Whatsapp untuk melakukan interview pada tanggal 16 Januari 2026.

Tahap selanjutnya, penulis melakukan penerbitan *Cover Letter* atau surat pengantar magang dari pihak kampus melalui PRO-STEP untuk diserahkan kepada perusahaan sebagai prosedur untuk pengajuan magang di Universitas Multimedia Nusantara. Lalu perusahaan menerbitkan surat penerimaan atau *Letter of Acceptance* (LoA) untuk dijadikan sebagai bukti penulis telah diterima magang di Vision Corporation. *Letter of Acceptance* (LoA) tersebut di *upload* pada PRO-STEP untuk melengkapi persyaratan administrasi yang wajib dilengkapi. Setelah semua Administrasi telah dilengkapi, penulis diberikan akses untuk mengisi *daily task*, yang digunakan untuk mengisi keseharian yang dilakukan selama program magang dilaksanakan sebagai bentuk tanggung jawab dan keseriusan.

Setelah itu, pada tanggal 31 Januari penulis dinyatakan lolos dan mendapatkan persetujuan untuk melakukan program magang di Vision Corporation dengan melakukan tanda tangan kontrak dan surat perjanjian praktik yang akan dimulai pada:

Waktu Pelaksanaan : 19 Februari hingga 19 Juni 2026

Waktu Kerja : Senin - Jumat (08:00 s/d 17:00)

Sistem Kerja : Hybrid

Lokasi : Grand Slipi Tower Lt.26 & 42, JL. S PARMAN KAV 22-24,
Palmerah, Jakarta Barat

1.3.2 Prosedur Program Magang di Universitas Multimedia Nusantara

Prosedur untuk dapat melakukan pelaksanaan praktik kerja magang memiliki beberapa syarat, seperti memiliki minimal 90 sks, tidak memiliki nilai E, nilai D minimal 2 dan IPK minimal 3.00. Waktu yang harus dilakukan dalam praktik kerja magang yang ditentukan oleh Universitas Multimedia Nusantara adalah 640 jam yang dikurangi 1 jam sebagai waktu istirahat. Setelah penulis menyelesaikan syarat yang berlaku, penulis dapat mengajukan KM 01, setelah itu mendapatkan KM 02 yang merupakan surat pengantar magang yang akan diberikan ke perusahaan dilengkapi dengan beberapa surat yang harus diisi selama proses kerja magang. Setelah itu penulis mempersiapkan CV (*curriculum vitae*) dan portofolio

sebagai bahan untuk melamar kerja ke perusahaan, lalu penulis mencari lowongan kerja sebagai pekerja magang di beberapa media penyedia info lapangan kerja, seperti LinkedIn, dan JobStreet.com. Penulis juga mendapatkan beberapa info mengenai lapangan kerja di media sosial seperti Instagram.

Pada akhirnya penulis memilih untuk bekerja di Vision Corporation sebagai tempat praktik kerja magang, dengan mengirimkan portofolio dan CV melalui surel. Beberapa hari setelah mengirimkan surel, penulis mendapatkan surel balasan untuk melakukan wawancara kerja secara daring. dan KM 07 untuk kemudian dilengkapi selama berjalanya praktik kerja magang yang dilaksanakan oleh penulis.

Penulis mendapatkan kabar penerimaan bekerja sebagai Sales Marketing dengan kontrak dari dengan jam kantor Senin – Jumat jam 09.00 – 17.00 secara WFH (work from home) diluar dengan meeting yang memerlukan tatap muka. Setelah itu penulis mengisi form magang di laman my.umn.ac.id berserta pengunduhan beberapa surat lanjutan seperti, KM 03, KM 04, KM 05, KM 06.

3.2.11 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 e-mail 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 Administrasi Kampus (UMN)

Proses pengajuan praktik kerja magang dengan mengisi form data diri pada Google Form yang diberikan oleh pihak Vision Corporation serta mengunggah Curriculum Vitae (CV) dan KM-02 (Surat Pengantar Magang) ke dalam form tersebut.

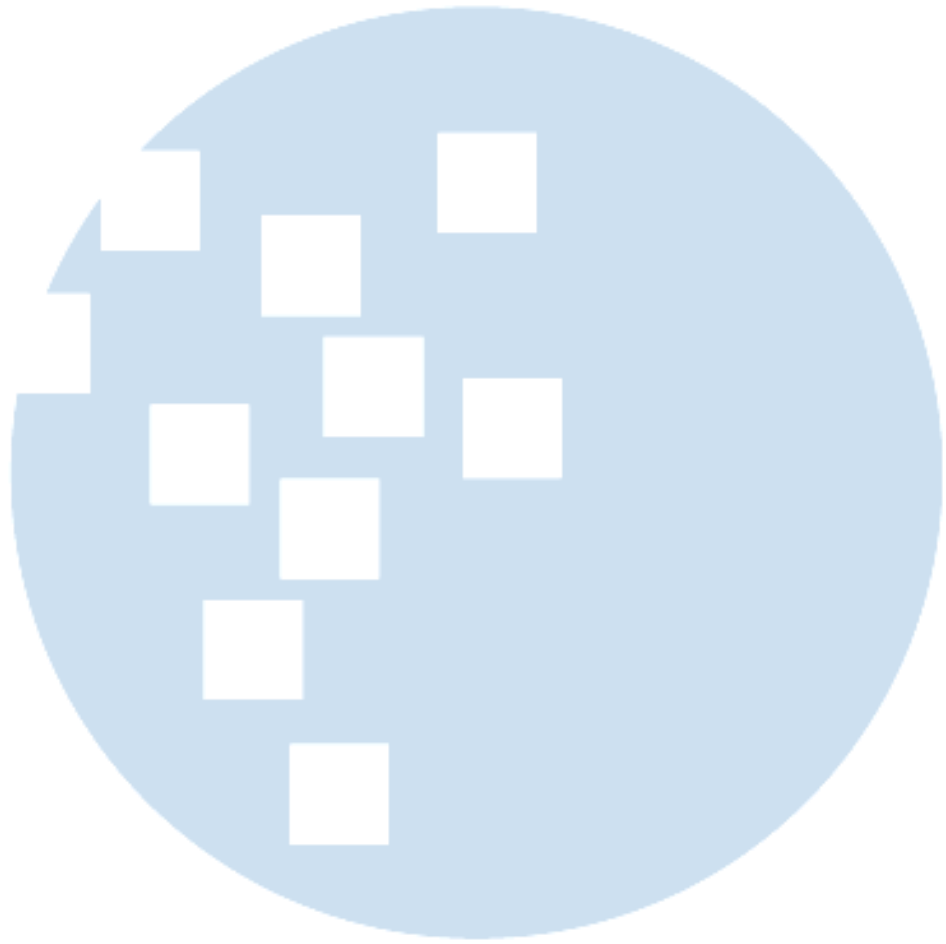
C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai *Sales Marketing* pada Departemen Marketing
- 2) Penugasan dan kebutuhan informasi, didampingi langsung oleh Supervisor Jhonnes Fernando 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 Ibu Siti Fifthya Mauldina selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan Microsoft Teams.
- 2) Laporan praktik kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.

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



UMN

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