BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada umumnya, sebelum melepas mahasiswa untuk terjun secara langsung ke dalam dunia kerja, mahasiswa melalui kegiatan yang disebut praktik kerja magang atau *internship*. Kegiatan praktik kerja magang atau *internship* menjadi ruang bagi mahasiswa untuk belajar dan mengenali dunia kerja dan memeroleh keterampilan serta pengetahuan seputar program pendidikan yang ditempuh dari dunia industri. Melalui kegiatan praktik kerja magang ini, diharapkan mahasiswa mampu beradaptasi, mengembangkan diri, membangun relasi, dan menerapkan pengetahuan yang dicapai selama masa perkuliahan. Dengan kesempatan yang diberikan, mahasiswa mendapatkan pengalaman dunia kerja dibawah naungan perusahaan terkait. Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (2020:11) merasa bahwa selama ini mahasiswa kurang dalam pengalaman kerja di industri atau dunia profesi nyata, sehingga dirasa kurang siap bekerja. Kegiatan praktik kerja magang yang dilaksanakan kurang dari 6 bulan sangat tidak cukup untuk memberikan pengalaman dan kompetensi industri bagi mahasiswa. Pernyataan ini didukung oleh perusahaan yang pernah menaungi kegiatan praktik kerja magang dan juga merasa bahwa praktik kerja magang selama ini berjangka waktu sangat pendek tidak bermanfaat, bahkan mengganggu aktivitas industri. Maka dari itu, bobot praktik kerja magang ditingkatkan untuk memperkaya pengalaman dan kemampuan mahasiswa dalam lingkungan kerja.

Dewasa ini, lahan industri kreatif yang menuntut keterampilan semakin meningkat. Terlebih di era digital seperti sekarang ini, industri kreatif mulai beralih ke dalam basis media digital dengan cakupan audiens yang jauh lebih luas dan menjadikan permintaan akan karya pada media digital semakin diminati. Media digital dapat ditemukan dimanapun, terlebih melalui adanya kemajuan teknologi dan lahirnya media sosial yang juga menambah fitur-fitur menarik untuk kegiatan

promosi dan perluasan audiens. Walaupun memiliki jangkauan yang luas, target audiens dapat dibuat lebih spesifik. Seperti yang dijelaskan oleh Landa (2013:80), bahwa media digital dan sosial media mampu menargetkan audiens secara efektif berdasarkan tingkat relevansi yang mereka butuhkan. Hal ini menjadikan media digital yang mampu menempatkan diri pada sasaran audiens yang tepat semakin berkembang dalam lahan industri kreatif.

Perusahaan yang menyediakan jasa pemasaran atau periklanan dalam bentuk media digital disebut sebagai *advertising agency.* Disebutkan oleh Fergiani, bahwa *advertising agency* memadukan ilmu pengetahuan dan kesenian dalam menyajikan iklan tentang barang atau jasa. Kehadiran *advertising agency* mampu menjawab penanganan kebutuhan iklan dengan keahlian yang terspesialisasi. Di Indonesia, terdapat *advertising* atau *marketing agency,* seperti Ogilvy Indonesia, Leo Burnett Indonesia, Havas Indonesia, Lowe Indonesia, dan Blackstone Digital Agency. Dalam *advertising agency*, terdapat jenis *in-house agency* dimana perusahaan *agency* tersebut bekerjasama langsung dengan suatu perusahaan besar untuk mewujudkan setiap kebutuhan media digital pada perusahaan besar tersebut. Salah satu *in-house agency* di Indonesia merupakan tempat dimana penulis melaksanakan praktik kerja magang, yakni OLIVER Agency. Dalam hal ini, OLIVER Agency merupakan *in-house agency* Unilever Indonesia yang bertujuan untuk melakukan pemasaran terhadap barang yang ditawarkan oleh merek-merek yang berada dalam naungan Unilever Indonesia, sehingga penyebutan karyawan OLIVER Agency yang berada di dalam Unilever berubah menjadi Unilever Studio (U-Studio). Yang menjadikan penulis terdorong untuk memilih Unilever Studio dikarenakan jenis *in-house agency* yang sudah terikat langsung dengan perusahaan korporat, dalam hal ini Unilever Indonesia, sehingga memiliki fokus utama seputar target audiens, gaya visual yang terorganisir, dan produk yang telah terklasifikasi. Maka dari itu, penulis tertarik untuk melakukan praktik kerja magang di U-Studio.

Tidak hanya sumber daya manusia yang membutuhkan lahan kerja dalam dunia industri, tetapi perusahan jugalah yang membutuhkan tenaga kerja untuk mempertahankan berjalannya industry kreatif di Indonesia. Melalui kegiatan

praktik kerja magang ini, diharapkan penulis dapat memeroleh pengalaman dan keterampilan yang sesuai dengan program pendidikan yang diambil oleh penulis, yakni Desain Komunikasi Visual. Dalam hal ini, diharapkan penulis mampu menambah kemampuan untuk dapat mengomunikasikan informasi yang ingin disampaikan melalui konten secara visual dengan target audiens dan gaya visual yang disesuaikan dengan kepribadian merek-merek dibawah naungan Unilever Indonesia.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Kegiatan praktik kerja magang menjadi wadah untuk meningkatkan kualitas mahasiswa melalui pengalaman dan penerapan ilmu yang dilakukan di tempat mereka bekerja. Beranjak dari hal itu, maksud dan tujuan kegiatan praktik kerja magang dijelaskan sebagai berikut:

1. Mampu menjadi syarat kelulusan mahasiswa dengan mengikuti program praktik kerja magang.
2. Mampu meningkatkan kemampuan mahasiswa, baik dalam bidang *soft skills* maupun *hard skills.*
3. Mampu memberikan pengalaman yang cukup bagi mahasiswa dibawah naungan perusahaan terkait dalam menerapkan pengetahuan selama masa perkuliahan.
4. Mampu memicu semangat kontribusi mahasiswa dalam berperan aktif di industri kreatif.

1.3 Deskripsi Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Berikut merupakan penjelasan mengenai lini masa dan prosedur praktik kerja magang yang sedang dijalani penulis pada semester genap ini.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam pelaksanaan praktik kerja magang, perhitungan waktu pelaksanaan menggunakan jam kerja setiap harinya. Total akumulasi jam kerja selama satu semester praktik kerja magang adalah 800 jam dengan perhitungan kurang lebih 8 jam kerja setiap harinya. Maka dari itu, kurang

lebih didapatkan 100 hari kerja aktif atau sama dengan 5 bulan dengan penentuan 20 hari kerja aktif di setiap bulannya. Pelaksanaan praktik kerja magang dibuka dengan mengikuti sosialisasi pembekalan magang dari semester sebelumnya dan diakhiri dengan pengumpulan laporan sidang akhir. Waktu pelaksanaan semester praktik kerja magang dapat dijelaskan lebih terperinci melalui linimasa sebagai berikut.

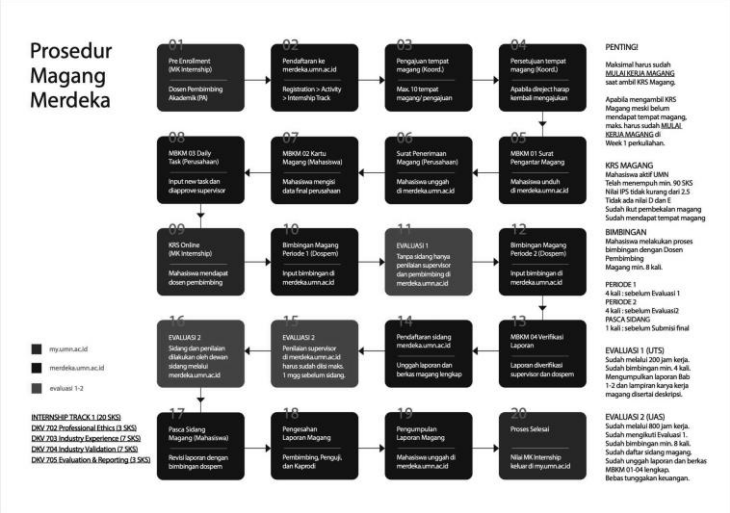
1. 10 November 2022 : Pembelakan Magang
2. 11 November 2022 : Pencarian Tempat Magang oleh Peserta dan Persetujuan Tempat Magang oleh Pihak Kampus
3. 6 Februari - 2 Juni 2023 : Masa Bimbingan Magang bersama Dosen Pembimbing
4. 27 Maret - 8 Aprill 2023 : Evaluasi Pertama
5. 16 Juni 2023 : Batas Akhir Bimbingan Magang bersama Dosen Pembimbing
6. 19 - 23 Juni 2023 : Evaluasi Kedua
7. 23 - 26 Juni 2023 : Pendaftaran Sidang Magang
8. 3 - 7 Juli 2023 : Sidang Magang
9. 10 - 14 Juli 2023 : Revisi, Pengesahan, dan Pengumpulan Laporan Sidang Magang

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Untuk dapat memenuhi ekspektasi pelaksanaan praktik kerja magang yang efektif, seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, maka diterapkan prosedur pelaksanaan kerja magang yang terorganisir. Hal ini guna meningkatkan kualitas pembelajaran mahasiswa selama pelaksanaan praktik kerja magang, terlebih untuk menentukan lokasi tempat magang dan menyesuaikan deskripsi pekerjaan dengan program pendidikan agar mahasiswa mampu menerapkan setiap capaian pembelajaran yang selama ini diperoleh di dalam kelas.

Dalam menentukan lokasi tempat magang, terdapat persyaratan yang harus diperhatikan oleh peserta magang, seperti lamanya perusahaan berdiri selama 3 tahun atau lebih, eksistensi perusahaan yang dapat dilihat secara meluas melalui sistus website, alamat, dan nomor telepon, serta ketersediaan lowongan pekerjaan beserta deskripsi pekerjaan yang dimaksud. Persyaratan ini akan kembali diperiksa oleh Ketua Prodi dan Dosen Koordinator Magang.

Selain itu, selama pelaksanaan praktik kerja magang, peserta wajib untuk didampingi oleh satu orang *supervisor* dalam perusahaan dan satu orang dosen pembimbing. Keberadaan dosen pembimbing selain untuk mengarahkan perkembangan laporan magang, sidang magang, dan hal-hal administratif lainnya, tetapi juga menjadi pendukung dan penghubung antara peserta magang dengan pihak perusahaan, terlebih ketika terdapat masalah atau penghalang yang perlu diselesaikan seputar pelaksanaan praktik kerja magang ini. Untuk dapat memahami lebih detail seputar prosedur pelaksanaan magang, dapat diperhatikan melalui gambar berikut.



Gambar 1.1 Bagan Prosedur Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

Seperti yang tampak pada Gambar 1.1, bagan prosedur pelaksanaan praktik kerja magang merupakan langkah-langkah terperinci dari linimasa yang telah dijelaskan sebelumnya. Terdapat persyaratan pula yang perlu diperhatikan terlampir pada sisi kanan bagan.