

## BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

### 2.1 Sejarah Perusahaan



**Gambar 2. 1 Logo Perusahaan PT Dapoerdongeng Noesantara**  
*Sumber: Dok. Internal Perusahaan*

Dapoerdongeng didirikan oleh produser kurator Yudhi Soerjoatmodjo pada tahun 2013 bersama Adi Respati, seorang psikolog di bidang knowledge management dari Universitas Indonesia. Pada tahun 2015, Dapoerdongeng berubah menjadi PT Dapoerdongeng Noesantara, dengan fokus pada pendidikan berbasis budaya, khususnya untuk anak-anak, keluarga, kaum muda, dan perempuan (dapoerdongeng, 2020). Dapoerdongeng Noesantara menawarkan konsep yang inovatif, menciptakan berbagai program seni budaya, sejarah interaktif, serta kreativitas, termasuk program pendidikan keterampilan hidup melalui pertunjukan mini-teater untuk anak-anak dan remaja. Bersama Museum Nasional dan Teater Koma, mereka membentuk program edukasi publik berupa teater yang bertujuan memperkenalkan sejarah dan budaya kepada anak-anak. Program ini diberi nama Akhir Pekan @Museum Nasional (Budi, 2019).

Dimulai pada tahun 2011, Yudhi Soerjoatmodjo menjadi produser pertama yang menyelenggarakan teater interaktif "Mystery of Batavia" di Kota Tua Jakarta, di mana acara ini dihadiri oleh 60.000 penonton secara langsung dan ditonton oleh 2,5 juta orang secara daring. Pada tahun 2013, Museum Nasional Indonesia menggandeng Dapoerdongeng Noesantara untuk bekerja sama dalam

meningkatkan minat masyarakat untuk mengunjungi Museum Nasional Indonesia. Dapoerdongeng kemudian berkolaborasi dengan Teater Koma untuk menciptakan pertunjukan mini-teater yang dinamakan Akhir Pekan @Museum Nasional. Program ini disusun berdasarkan riset atas koleksi Museum Nasional Indonesia sehingga menarik bagi anak-anak dan remaja, serta memberikan edukasi. Program Akhir Pekan @Museum Nasional sukses meningkatkan jumlah kunjungan ke Museum Nasional Indonesia. Yudhi Soerjoatmodjo dan Adi Respati terus mengembangkan program ini secara konsisten. Selama lima tahun penyelenggaraan, program ini telah ditonton oleh sekitar 30.000 penonton langsung dan 1,7 juta penonton daring (Dapoerdongeng, @Museum, 2019)

Dapoerdongeng Noesantara memiliki tujuan utama yang berlandaskan keyakinan bahwa dongeng merupakan kunci dalam pengembangan pengetahuan dan nilai-nilai kebajikan. Dengan mengembangkan aspek ini, diharapkan dapat mendorong kesadaran masyarakat untuk menciptakan perubahan. Selain itu, penelitian menunjukkan bahwa pertunjukan drama atau teater dapat membantu membentuk sikap empati dan toleransi. Hal ini karena penonton teater, terutama anak-anak, lebih mudah merasakan emosi yang ditampilkan oleh para aktor di atas panggung dibandingkan saat mereka menonton film (Pertiwi, 2020).

Logo PT Dapoerdongeng Noesantara memiliki arti dan makna yang mendalam. Logo tersebut menampilkan sosok wanita yang sedang memasak dan mengeluarkan asap dengan tulisan "Dapoerdongeng." Filosofi logo ini mengibaratkan bahwa setiap pembuatan program di Dapoerdongeng mirip dengan proses memasak. Memasak melibatkan serangkaian aktivitas, mulai dari pergi ke pasar, meracik bumbu, hingga mengolahnya menjadi hidangan yang lezat. Demikian pula, Dapoerdongeng bekerja untuk menciptakan suatu program yang dimulai dengan riset untuk memilih bahan yang tepat agar program tersebut dapat dihasilkan. Bahan-bahan yang telah dipilih dari hasil riset kemudian diracik dan diolah agar dapat dinikmati. Proses ini dilakukan untuk memastikan bahwa sajian yang dihasilkan bergizi dan menarik untuk disajikan kepada publik (Dapoerdongeng, 2020).

Dapoerdongeng memiliki slogan "nimat laut dibumbu-gulaikan, hikmat kearifan ditutur kisahkan." Slogan ini mengandung makna bahwa Dapoerdongeng Noesantara ingin menyampaikan pengetahuan, pengalaman, dan kearifan dengan cara yang menarik dan unik, sehingga dapat diterima dengan baik oleh seluruh

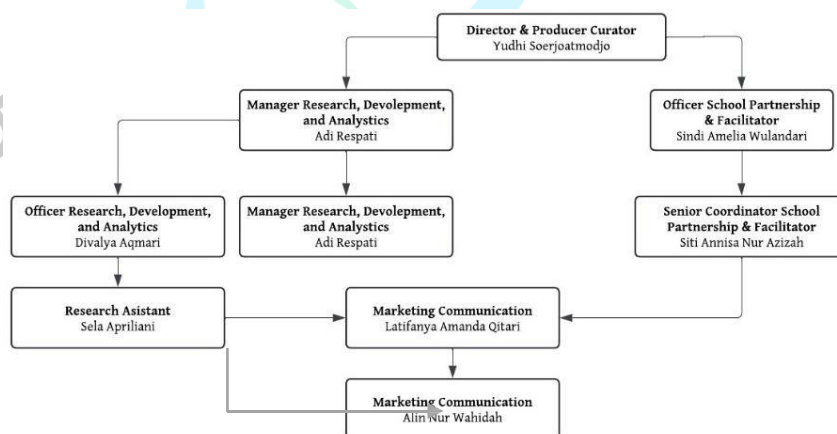
masyarakat Indonesia, terutama oleh generasi muda. Seperti halnya sebuah lauk yang diracik dan dibumbui dengan baik, rasanya akan menjadi lebih nikmat (Dapoerdongeng, 2020).

### 2.1.1 Visi dan Misi

Dapoerdongeng memiliki visi untuk mendukung anak-anak, remaja, serta keluarga dalam mempelajari kecerdasan budaya dan keterampilan hidup, dengan tujuan membangun solusi yang inovatif, inklusif, dan berkelanjutan untuk menghadapi tantangan masa kini dan yang akan datang (Dapoerdongeng, 2021a). Untuk mewujudkan visi tersebut, Dapoerdongeng menjalankan beberapa misi, yaitu (Dapoerdongeng, 2021a):

1. Menyelenggarakan acara seni dan lokakarya yang penuh dengan kreativitas.
2. Menyediakan pelatihan dan pembinaan untuk membentuk generasi wirausahawan di bidang budaya dan sosial di masa depan.
3. Mengembangkan proyek warisan pendidikan dan storytelling yang mendorong pemikiran kritis serta apresiasi terhadap multikulturalisme, baik mengenai masa lalu maupun masa depan.

## 2.2 Struktur Organisasi



**Gambar 2. 2 Struktur Organisasi PT Dapoerdongeng Noesantara**  
Sumber: Dok. Internal Perusahaan

Berdasarkan gambar struktur organisasi PT Dapoerdongeng Noesantara, berikut penjelasan mengenai peran dan tanggung jawab setiap posisi dalam

perusahaan yang berfokus pada konsultasi edukasi dan budaya dengan pengalaman lebih dari 25 tahun. Mereka mengerjakan perancangan dan manajemen program jangka panjang di tiga bidang kerja utama: keterampilan hidup, kecakapan budaya, dan kewirausahaan budaya.

1. *Director & Producer Curator:*

Yudhi Soerjoatmodjo adalah pemimpin utama perusahaan yang bertanggung jawab atas keseluruhan visi strategis dan operasional PT Dapoerdongeng Noesantara. Sebagai Producer Curator, ia mengawasi produksi dan kurasi program-program yang terkait dengan edukasi budaya, keterampilan hidup, dan kewirausahaan budaya, memastikan relevansi program dengan tujuan perusahaan.

2. *Manager Research, Development, and Analytics:*

Adi Respati memimpin tim riset dan pengembangan dengan tanggung jawab utama pada pengelolaan seluruh proses pengumpulan data dan analisis mendalam yang menjadi landasan dalam desain serta pelaksanaan program-program perusahaan. Dalam posisinya, Mas Adi bertugas memastikan bahwa setiap program yang dijalankan didukung oleh riset yang terarah, relevan, dan strategis sehingga mampu memberikan dampak signifikan, khususnya dalam ranah edukasi dan kebudayaan yang ingin dicapai oleh perusahaan. Selain itu, Mas Adi mengoordinasikan kegiatan timnya agar data yang diperoleh akurat dan sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Dengan pendekatan berbasis riset, ia memastikan program-program tidak hanya tepat sasaran tetapi juga berkelanjutan dan responsif terhadap perkembangan serta kebutuhan masyarakat.

3. *Officer Research, Development, and Analytics:*

Divalya Aqmari berperan dalam mendukung manajer riset dan pengembangan perusahaan dengan melakukan riset menyeluruh dan analisis pasar yang mendalam. Dalam peran ini, ia bertanggung jawab untuk mengumpulkan data-data penting dan melakukan evaluasi terhadap tren serta kebutuhan pasar yang sedang berkembang. Data yang dikumpulkan oleh Divalya menjadi dasar dalam pengambilan keputusan strategis untuk mengembangkan program-program yang relevan dengan tujuan perusahaan. Selain itu, ia juga membantu dalam proses interpretasi

hasil riset, memastikan bahwa data yang diperoleh dapat diterjemahkan menjadi rekomendasi praktis yang efektif, sehingga perusahaan dapat merespons perubahan pasar dengan program yang lebih terarah dan inovatif.

4. *Research Assistant:*

Sela Apriliani memainkan peran penting dalam mendukung tim riset perusahaan, khususnya dalam mengumpulkan dan mengolah data yang diperlukan. Ia membantu aktivitas riset secara mendetail, mulai dari pencarian informasi relevan, pengumpulan data lapangan, hingga pengorganisasian dan analisis data yang digunakan untuk mendukung keputusan strategis. Melalui tugasnya ini, Sela berkontribusi pada pengembangan proyek-proyek baru serta penyempurnaan program yang ada, memastikan setiap keputusan didasarkan pada data yang akurat dan relevan. Tanggung jawabnya juga meliputi kolaborasi dengan tim lain untuk memahami kebutuhan riset yang spesifik bagi tiap proyek, sehingga hasilnya dapat diterapkan secara efektif untuk mencapai tujuan perusahaan.

5. *Marketing Communication:*

- a. Latifanya Amanda Qitari bertanggung jawab untuk mengelola seluruh aspek komunikasi pemasaran di PT Dapoerdongeng Noesantara. Dalam perannya, ia merancang strategi pemasaran yang efektif untuk mencapai target pasar yang dituju, memastikan citra publik perusahaan terjaga, dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap program-program yang ditawarkan oleh perusahaan. Selain itu, Latifanya juga memiliki tanggung jawab besar dalam menjaga hubungan baik dengan berbagai pemangku kepentingan, baik internal maupun eksternal, yang mendukung kelancaran komunikasi dan kerja sama dalam berbagai kegiatan perusahaan. Peran ini penting untuk memastikan pesan perusahaan sampai ke masyarakat luas dan diterima dengan baik, sekaligus menjaga reputasi perusahaan dalam lingkup yang lebih besar.
- b. Alin Nur Wahidah berperan sebagai asisten yang mendukung tugas-tugas Latifanya Amanda Qitari. Ia aktif membantu dalam proses pengumpulan data, brainstorming ide, serta menyiapkan dan menyusun naskah sebagai dasar strategi pemasaran yang akan diterapkan. Selain itu, Alin juga

bertanggung jawab untuk mendesain serta mengedit konten video yang sebelumnya sudah dirancang, sehingga hasil akhir dari konten tersebut dapat menyampaikan pesan perusahaan secara jelas dan menarik bagi audiens. Peran Alin sangat penting dalam proses produksi konten visual dan media promosi lainnya, memastikan setiap elemen pemasaran digital sesuai dengan strategi yang telah dirancang.

6. *Officer School Partnership & Facilitator:*

Sindi Amelia Wulandari memiliki peran penting dalam membangun dan mempertahankan hubungan kemitraan yang erat dengan berbagai institusi pendidikan, khususnya sekolah-sekolah. Dalam kapasitasnya, ia tidak hanya mengelola komunikasi dan kerja sama dengan pihak sekolah, tetapi juga memastikan bahwa hubungan tersebut terjalin dengan baik dan saling menguntungkan. Sebagai fasilitator, ia bertanggung jawab untuk mengoordinasikan serta mengawasi pelaksanaan program-program pendidikan yang telah dirancang oleh perusahaan, memastikan bahwa setiap program berjalan lancar dan sesuai dengan standar serta tujuan yang telah ditetapkan. Sindi juga berperan dalam menyampaikan visi perusahaan kepada para mitra di bidang pendidikan dan membantu memastikan bahwa program-program tersebut memberikan dampak positif dan berkelanjutan bagi siswa, guru, serta komunitas sekolah yang berpartisipasi.

7. *Senior Coordinator School Partnership & Facilitator:*

Siti Annisa Nur Azizah memiliki tanggung jawab utama dalam memimpin koordinasi serta pelaksanaan program-program kemitraan dengan berbagai sekolah. Ia memastikan bahwa setiap program berjalan lancar sesuai dengan rencana dan jadwal yang telah ditetapkan, serta terstruktur agar dapat mencapai target yang telah ditentukan oleh perusahaan. Perannya sangat penting dalam menjamin kesuksesan implementasi program-program jangka panjang, khususnya yang berfokus pada pengembangan keterampilan hidup, kecakapan budaya, dan kewirausahaan budaya bagi para peserta didik. Melalui kepemimpinannya, Siti Annisa tidak hanya mengawasi setiap langkah dalam pelaksanaan program, tetapi juga berperan aktif dalam memantau hasil serta dampak yang dihasilkan oleh program-program tersebut, sehingga mampu

memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan keterampilan siswa dalam menghadapi tantangan global.

Pada struktur organisasi di atas, praktikan magang di PT Dapoerdongeng Noesantara pada divisi *Marketing Communication* sebagai *Content Creator*. Praktikan bekerja di bawah koordinasi tim *Marketing Communication* yang dipimpin oleh Latifanya Amanda Qitari dan diawasi oleh Sindi Amelia Wulandari selaku penanggung jawab program SMASHED dan Divalya Aqmari selaku penanggung jawab Kelindan, berkontribusi dalam menyampaikan program edukasi dan budaya PT Dapoerdongeng Noesantara melalui media digital secara kreatif.

### **2.3 Kegiatan Umum Perusahaan**

PT. Dapoerdongeng Noesantara merupakan konsultan di bidang edukasi dan budaya dengan lebih dari 25 tahun pengalaman. Perusahaan ini fokus pada perancangan dan manajemen program jangka panjang dalam tiga bidang utama: keterampilan hidup, kecakapan budaya, dan kewirausahaan budaya. Dapoerdongeng mengembangkan berbagai program, termasuk AkhirPekan@MuseumNasional, SMASHED Project, dan Kelindan.

Program AkhirPekan@MuseumNasional adalah inisiatif edukasi yang diadakan oleh Dapoerdongeng bekerja sama dengan Museum Nasional dan Teater Koma, yang menyajikan koleksi museum melalui pertunjukan mini teater. Menurut Faradila (2019), selama periode 2013-2018, jumlah pengunjung 'Akhir Pekan di Museum Nasional' mencapai lebih dari 1,6 juta orang dari seluruh Indonesia. Faradila (2019) juga mencatat bahwa sebanyak 23.556 pengunjung mengikuti pentas dongeng, panduan museum, dan lokakarya untuk anak-anak di Museum Nasional Indonesia. Sementara itu, sekitar 1.640.000 orang lainnya menyaksikan foto, video, dan komentar melalui media sosial. Program ini berhasil meningkatkan jumlah pengunjung museum pada akhir pekan sebesar 20%, di mana 49% di antaranya adalah pengunjung lama dan 51% adalah pengunjung baru (Dapoerdongeng, 2021a). Di akhir tahun 2020, akibat pandemi, Dapoerdongeng bersama Museum Nasional dan Teater Koma mengadaptasi Program Akhir Pekan menjadi 12 episode radio drama yang dirilis melalui platform seperti Spotify, Google Podcast, dan Apple Podcast (Dapoerdongeng, 2021).

SMASHED Project yang dilaksanakan oleh Dapoerdongeng bekerja sama dengan Collingwood Learning adalah program pelatihan keterampilan hidup yang bertujuan mengatasi masalah remaja, seperti bullying dan penggunaan minuman beralkohol, khususnya bagi remaja SMP di wilayah Jabodetabek dan Bali (Moeljono, 2019). Program ini dimulai pada tahun 2017 dan berbentuk teater interaktif, berhasil melibatkan hampir 12.000 remaja dari 29 SMP di Jabodetabek dan Bali (Dapoerdongeng, 2021a). Inisiatif ini berhasil membantu siswa memahami risiko permasalahan dan kenalan remaja.

Program Kelindan dari PT Dapoerdongeng Noesantara merupakan sebuah proyek rintisan yang berfokus pada pemberdayaan generasi muda Indonesia melalui pengembangan keterampilan hidup (*life skills*) dalam menghadapi isu-isu lingkungan, kesehatan, dan ekonomi. Program ini bertujuan menciptakan solusi terhadap masalah-masalah tersebut dengan strategi psikoedukasi, inovasi teknologi, serta pengembangan bisnis hijau. Kelindan secara khusus mendorong praktik pengelolaan sampah organik dan pertanian kota di sekolah-sekolah, melibatkan siswa, guru, serta komunitas untuk menerapkan komposting dan berkebun sebagai bagian dari kurikulum sekolah. Melalui program ini, para peserta juga dilatih untuk menjadi agen perubahan yang mampu menularkan pengetahuan dan kebiasaan positif kepada masyarakat sekitarnya. Proyek pertama Kelindan dilaksanakan di tingkat sekolah menengah, yaitu di SMPN 17 dan SMPN 29 Tangerang Selatan.

Proyek ini didasari oleh Kurikulum Merdeka melalui program P5, singkatan dari Proyek Penguatan Profil Pelajar Pancasila, yang bertujuan memberikan peluang bagi siswa untuk memahami berbagai isu penting di sekitar mereka. Proyek P5 pertama dari Kelindan diberi judul "Laskar Nol Sampah Organik," yang berfokus pada isu sampah makanan atau sampah organik yang menghasilkan gas metana. Gas ini diketahui dapat memicu kebakaran di tempat pembuangan akhir (TPA), terutama saat musim kemarau. SMPN 17 dan SMPN 29 dipilih karena kedua sekolah ini terletak sekitar lima kilometer dari TPA Rawa Kucing, yang pernah mengalami kebakaran pada tahun lalu. Insiden tersebut disebabkan oleh musim kemarau dan juga karena akumulasi gas metana dari sampah makanan.

Proyek Kelindan di kedua sekolah ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan memberikan edukasi kepada siswa mengenai bahaya sampah organik jika tidak dikelola dengan benar. Melalui proyek ini, siswa diberikan



pelatihan untuk mengolah sampah makanan menjadi kasgot (pakan bagi maggot) atau diubah menjadi pupuk organik. Dengan cara ini, sampah makanan tidak hanya dikelola dengan baik, tetapi juga bermanfaat bagi lingkungan. P5 pertama Kelindan di ikuti oleh 1,630 siswa dan 85 guru di kedua sekolah.

