

# **BAB I PENDAHULUAN**

## **1.1 Latar Belakang Magang**

Magang MBKM (Merdeka Belajar Kampus Merdeka) adalah program unggulan yang dikembangkan oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi (Kemendikbudristek) Indonesia. Program ini menawarkan kesempatan berharga bagi mahasiswa untuk memperoleh pengalaman kerja nyata di luar kampus dalam waktu tertentu. Tujuannya adalah untuk membantu mahasiswa menjembatani kesenjangan antara teori akademik dan praktik di dunia kerja melalui pengalaman langsung di lapangan. Dengan fleksibilitas yang diberikan, mahasiswa tidak hanya bisa belajar dari lingkungan profesional, tetapi juga dapat mengonversi pengalaman tersebut menjadi SKS (Satuan Kredit Semester), sehingga tetap memenuhi kewajiban akademik sambil mendapatkan pengalaman praktis.

Magang MBKM di Divisi Creative PT. Media Onsu Perkasa (MOP) adalah pilihan menarik bagi mahasiswa yang ingin mengasah keterampilan dan mendapatkan wawasan mendalam tentang industri kreatif. PT. Media Onsu Perkasa, yang terkenal melalui berbagai konten digital inovatif, termasuk program populer Diary The Onsu, menyediakan platform yang mendukung pengembangan keterampilan kreatif praktikan serta pemahaman mereka mengenai proses produksi konten media. Sebagai salah satu perusahaan kreatif terkemuka, PT. MOP menawarkan pengalaman magang yang berharga, di mana praktikan dapat terlibat langsung dalam proyek-proyek kreatif yang menantang.

Divisi Creative di PT. Media Onsu Perkasa berperan penting sebagai pusat inovasi dalam menciptakan dan mengembangkan ide-ide kreatif serta strategi yang sesuai untuk berbagai platform media digital, seperti YouTube dan Instagram. Mahasiswa yang mengikuti program magang di divisi ini akan mendapatkan pengalaman yang berharga dan mendalam dalam dunia industri kreatif. Mereka terlibat secara aktif dalam seluruh proses pembuatan konten, dimulai dari fase awal yaitu brainstorming ide-ide segar dan kreatif. Pada tahap ini, praktikan didorong untuk berpikir out-of-the-box dan mengidentifikasi peluang kreatif yang dapat diterapkan pada proyek-proyek yang sedang dikembangkan.

Setelah tahap brainstorming, praktikan juga belajar tentang penulisan naskah (scriptwriting), yang merupakan pondasi penting dalam pembuatan konten berkualitas. Mereka akan memahami bagaimana menulis naskah yang kuat, persuasif, dan sesuai dengan karakteristik platform media yang berbeda-beda, serta menyesuaikan gaya komunikasi dengan audiens yang beragam. Selain itu, praktikan juga diperkenalkan dengan aspek desain visual. Mereka belajar bagaimana menciptakan visual yang menarik dan mampu menyampaikan pesan secara efektif. Tidak hanya itu, mereka juga akan memahami pentingnya elemen-elemen grafis yang dapat memperkuat identitas merek serta menarik perhatian audiens dalam dunia yang sangat kompetitif ini. Tahap selanjutnya melibatkan produksi konten. Praktikan berpartisipasi dalam berbagai kegiatan produksi, seperti pengeditan video, dan pengelolaan proyek secara keseluruhan. Dalam proses ini, mereka juga mempelajari berbagai teknik teknis serta manajemen waktu untuk memastikan proyek dapat diselesaikan sesuai dengan tenggat waktu yang ditetapkan (Augusta, 2022).

Sebagai salah satu aktor utama dalam industri ini, PT. Media Onsu Perkasa telah berhasil mencuri perhatian publik melalui pendekatan yang sangat peka terhadap perkembangan teknologi dan tren konten digital. Platform seperti YouTube telah menjadi salah satu arena utama untuk distribusi konten, di mana video dan program kreatif menjadi sumber utama engagement audiens. Dengan mengandalkan tim kreatif yang solid, perusahaan ini terus memimpin di industri yang sangat kompetitif ini. Menurut PwC dalam laporan Global Entertainment & Media Outlook (2022), industri media dan hiburan di Indonesia diproyeksikan akan tumbuh dengan Compound Annual Growth Rate (CAGR) sebesar 8,7% hingga tahun 2025, didorong oleh migrasi besar-besaran ke platform digital seperti layanan OTT (Over-The-Top) dan konten buatan pengguna (user-generated content) (Hootsuite, 2020). Hal ini menciptakan potensi besar bagi perusahaan media untuk memperluas jangkauan audiens mereka.

Kreativitas merupakan unsur penting yang menjadi kunci dalam mengembangkan konten yang menarik dan relevan. Dalam lingkungan di mana konten digital terus mendominasi, inovasi menjadi lebih penting dari sebelumnya. Menurut laporan dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) (2023), jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 215,6 juta pada tahun 2022, dengan sebagian besar pengguna mengakses konten video melalui platform

seperti YouTube, Instagram, dan TikTok. Tren ini memberikan peluang besar bagi perusahaan media untuk mengembangkan konten yang lebih terfokus pada kebutuhan digital.

Menurut laporan Deloitte (2023), perusahaan media yang berhasil memanfaatkan data secara optimal memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan dalam industri yang semakin didorong oleh digitalisasi. Dengan mengumpulkan, menganalisis, dan memahami data audiens, perusahaan dapat memperoleh wawasan yang mendalam mengenai preferensi, perilaku, dan kebutuhan konsumen mereka. Wawasan ini tidak hanya memungkinkan perusahaan untuk menciptakan konten yang lebih relevan, tetapi juga meningkatkan peluang untuk memaksimalkan engagement dan kesuksesan di berbagai platform digital. Strategi berbasis data ini menjadi semakin penting seiring dengan pertumbuhan pesat konsumsi media digital di seluruh dunia. Konsumen kini lebih terhubung secara online melalui berbagai platform seperti YouTube, Instagram, TikTok, podcast, dan layanan streaming lainnya. Di tengah lautan konten yang terus berkembang, menciptakan konten yang tepat sasaran menjadi tantangan tersendiri bagi perusahaan media (Hootsuite, 2020).

Oleh karena itu, pendekatan yang menggabungkan kreativitas dan data menjadi kunci utama dalam menentukan konten yang tidak hanya relevan, tetapi juga mampu menarik perhatian audiens yang lebih luas. Melalui analisis data yang komprehensif, perusahaan dapat mengenali pola-pola perilaku konsumen yang mungkin tidak terlihat secara kasat mata. Misalnya, data dapat menunjukkan preferensi audiens terhadap jenis konten tertentu, waktu yang paling efektif untuk mempublikasikan konten, atau durasi ideal video yang menarik perhatian. Dengan demikian, perusahaan dapat menyesuaikan strategi mereka agar lebih selaras dengan kebiasaan dan preferensi konsumen. Pemanfaatan data juga memungkinkan perusahaan untuk memprediksi tren masa depan dan merancang konten yang proaktif, bukannya reaktif, terhadap perubahan selera audiens.

Selain itu, pendekatan berbasis data memungkinkan personalisasi konten yang lebih mendalam. Personalisasi telah terbukti sebagai salah satu strategi yang paling efektif dalam meningkatkan engagement. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang preferensi individu, perusahaan dapat menyajikan konten yang disesuaikan dengan minat pribadi konsumen, menciptakan pengalaman yang lebih personal dan bermakna (Akifah et al., 2023). Misalnya, layanan streaming

seperti Netflix dan Spotify menggunakan algoritma berbasis data untuk merekomendasikan konten berdasarkan riwayat penelusuran dan preferensi pengguna. Hasilnya, mereka mampu meningkatkan retensi pengguna dan memperkuat loyalitas merek.

Dalam lanjut, pemanfaatan data tidak hanya terbatas pada penciptaan konten, tetapi juga dapat digunakan untuk mengoptimalkan distribusi dan pemasaran. Perusahaan dapat menggunakan data untuk menargetkan segmen audiens yang spesifik melalui kampanye iklan yang terukur dan terarah. Misalnya, melalui platform seperti Google Analytics atau Facebook Insights, perusahaan dapat melacak performa konten secara real-time dan melakukan penyesuaian strategis jika diperlukan. Dengan demikian, mereka dapat mengarahkan sumber daya pemasaran mereka secara lebih efisien dan memastikan bahwa konten mencapai audiens yang tepat pada waktu yang tepat.

Divisi creative ini berperan sebagai pusat pengembangan konten di setiap perusahaan media. Di divisi ini, ide-ide kreatif mulai dirancang dan dikembangkan menjadi konten yang akan dipublikasikan. Bagi mahasiswa yang ingin berkarir di industri kreatif, magang di PT. Media Onsu Perkasa merupakan kesempatan emas untuk mendalami proses kreatif, mulai dari brainstorming ide hingga eksekusi produksi konten. Proses kreatif ini mencakup kolaborasi dengan tim profesional, yang penting untuk memahami dinamika kerja industri yang cepat berubah. Dalam sebuah studi oleh Hesmondhalgh & Baker (2013) keterlibatan dalam tim kreatif memperkuat kemampuan dalam menghadapi tantangan industri kreatif, terutama dalam menghadapi tekanan untuk inovasi dan adaptasi. Kolaborasi lintas fungsi antara tim creative, produksi, dan pemasaran juga akan meningkatkan pemahaman tentang bagaimana konten disusun dari konsep hingga peluncuran.

Selanjutnya, kolaborasi dengan profesional industri adalah kesempatan luar biasa yang diperoleh mahasiswa selama magang. Mereka akan bekerja berdampingan dengan tim kreatif yang telah berpengalaman dalam industri media. Hal ini tidak hanya memberikan wawasan tentang aspek-aspek teknis pekerjaan kreatif seperti desain grafis, editing video, dan manajemen proyek, tetapi juga memungkinkan mahasiswa untuk terlibat dalam proyek nyata yang memiliki dampak langsung pada strategi bisnis perusahaan. Kolaborasi ini sangat penting dalam memperkaya pengalaman mereka, seperti yang dikemukakan oleh Amabile (1996), bahwa lingkungan kerja yang mendukung kolaborasi lintas fungsi mampu

mendorong kreativitas dan inovasi dalam menghasilkan karya yang out-of-the-box.

Selain itu, pengembangan keterampilan kreatif menjadi salah satu aspek penting dari magang di divisi creative. Praktikan tidak hanya diajak untuk menghasilkan ide-ide baru tetapi juga dilibatkan dalam proses brainstorming dengan tim, di mana mereka belajar memformulasikan konsep-konsep kreatif yang tidak hanya menarik tetapi juga sesuai dengan kebutuhan dan preferensi target audiens perusahaan. Proses ini membantu mereka mengasah keterampilan berpikir kreatif yang sangat dibutuhkan di industri media yang terus berkembang. Dalam proses magang di divisi creative, praktikan akan terlibat dalam berbagai tahap produksi konten. Dimulai dari pengembangan ide dan brainstorming, di mana mereka akan diajak untuk ikut dalam diskusi tim untuk menghasilkan konsep kreatif yang segar dan inovatif. Setelah itu, mereka akan belajar tentang penulisan naskah dan pembuatan storyboard untuk konten video, yang merupakan bagian penting dari setiap proyek media. Praktikan juga mempelajari proses produksi dan post-production, termasuk teknik pengambilan gambar, editing video, dan finalisasi konten sebelum dipublikasikan.

Selain keterampilan kreatif, analisis data dan tren juga menjadi bagian penting dalam proses magang. Divisi creative PT. MOP memanfaatkan data untuk memahami tren dan preferensi audiens, yang kemudian digunakan untuk menentukan topik-topik yang relevan dan strategi distribusi konten. Mahasiswa akan belajar cara menggunakan analitik data untuk mengevaluasi kinerja konten dan mengoptimalkan strategi pemasaran digital. Namun, magang di industri kreatif tentu memiliki tantangan, seperti tenggat waktu yang ketat dan persaingan konten yang semakin ketat di era digital. Namun, melalui bimbingan profesional yang berpengalaman, mahasiswa dapat belajar cara mengatasi tantangan ini dan tetap menghasilkan konten yang berkualitas tinggi.

Berdasarkan laporan dari McKinsey & Company (2023), keterampilan kreatif dan analitis menjadi semakin penting di era digital saat ini. Industri media terus berkembang dengan cepat, dan memerlukan tenaga kerja yang mampu berpikir kritis, bekerja dalam tim, serta beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan tren. Oleh karena itu, magang MBKM di divisi creative PT. Media Onsu Perkasa memberikan platform yang tepat bagi praktikan untuk mengasah keterampilan tersebut.

Dengan demikian, program magang ini bukan hanya memberikan praktikan kesempatan untuk belajar langsung di industri kreatif, tetapi juga menjadi batu loncatan untuk mencapai tujuan jangka panjang dalam karier sebagai profesional di industri media. Saya sangat antusias untuk dapat terlibat dalam proyek-proyek kreatif di PT. Media Onsu Perkasa dan berkontribusi dalam pengembangan konten yang inovatif dan menarik bagi audiens Indonesia.

## **1.2 Maksud dan Tujuan Magang**

### **1.2.1 Maksud Magang**

Magang ini dilakukan praktikan dengan beberapa maksud, yaitu sebagai berikut:

1. Mempelajari Mendapatkan pengalaman praktis pada bidang kreatif dalam divisi produksi media, khususnya di PT. Media Onsu Perkasa.
2. Menambah pengetahuan dan wawasan, serta mengembangkan kemampuan berpikir kreatif dalam bidang produksi konten kreatif di media.
3. Melatih praktikan untuk bersikap profesional dalam hubungan di dunia kerja.
4. Memberikan praktikan pengetahuan dan pengalaman terkait bagaimana industri media, khususnya dalam bidang kreatif bekerja.

### **1.2.2 Tujuan Magang**

Tujuan Magang praktikan sebagai Creative di PT. Media Onsu Perkasa, yaitu:

1. Menambah pengetahuan dan wawasan, serta mengembangkan kemampuan berpikir kreatif dalam bidang produksi konten maupun program di media digital
2. Melatih praktikan untuk bersikap profesional dalam hubungan di dunia kerja;
3. Memahami proses produksi konten dari mulai tahap perencanaan hingga eksekusi
4. Memberikan praktikan pengetahuan dan pengalaman terkait bagaimana industri media, khususnya dalam bidang kreatif bekerja.
5. Membangun hubungan kerja sama antara PT. Media Onsu Perkasa dengan Universitas Pembangunan Jaya

### 1.3 Tempat Magang

<b>Tempat</b>	: PT. Media Onsu Perkasa (MOP Channel)
<b>Alamat</b>	: Plaza Karinda, Jl. Karang Tengah Raya No. 11- 12, Lb. Bulus, Kec. Cilandak, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12440
<b>Divisi</b>	: Creative

Praktikan melaksanakan kerja profesi di PT. Media Onsu Perkasa, berlokasi di Plaza Karinda, Jl. Karang Tengah Raya No. 11-12, Lb. Bulus, Kec. Cilandak, Jakarta 12440. PT. Media Onsu Perkasa dipilih karena merupakan perusahaan media digital terkemuka di Indonesia dengan berbagai program kreatif yang menjangkau audiens luas. Sebagai bagian dari tim kreatif, praktikan mendapatkan pengalaman langsung dalam tahapan pembuatan konten, mulai dari perencanaan ide, pengembangan konsep, hingga produksi dan publikasi. Pengalaman ini memberikan peluang untuk menerapkan ilmu perkuliahan dalam lingkungan kerja nyata.

### 1.4 Jadwal Pelaksanaan Magang

Praktikan melaksanakan Magang di PT. Media Onsu Perkasa (MOP Channel), yang berlokasi di Plaza Karinda, Jl. Karang Tengah Raya No. 11-12, Lb. Bulus, Kecamatan Cilandak, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12440. PT. Media Onsu Perkasa dipilih karena merupakan salah satu perusahaan media digital terkemuka di Indonesia yang menghadirkan berbagai program kreatif untuk memenuhi kebutuhan hiburan masyarakat, dengan audiens yang luas dan beragam.

Sebagai bagian dari divisi kreatif, praktikan mendapatkan kesempatan berharga untuk mempelajari berbagai tahapan dalam pembuatan konten kreatif, mulai dari perencanaan ide, pengembangan konsep, hingga pelaksanaan produksi dan publikasi. Praktikan dapat mempraktikkan teori-teori yang mendasari kreativitas, strategi komunikasi, dan eksekusi proses produksi secara langsung. Dengan cara ini, praktikan tidak hanya memahami sinergi antara teori dan praktik, tetapi juga mampu menghasilkan karya berkualitas tinggi yang relevan dengan kebutuhan industri.

**Tabel 1. 1 Pelaksanaan Kegiatan**

NO	KEGIATAN	Bulan																										
		Apr			Mei			Jun			Jul			Ags			Sept			Okt			Nov			Des		
		4	1	2	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3			
1	Mempersiapkan CV dan Portofolio	█																										
2	Mencari informasi perusahaan yang membuka lowongan magang		█																									
3	Mengirim lamaran dan CV ke beberapa perusahaan		█																									
4	Mendapatkan jawaban dan tawaran dari PT. Media Onsu Perkasa			█																								
5	Melakukan interview dengan HR PT. Media Onsu Perkasa			█																								
6	Melakukan interview dengan Head Creative PT. Media Onsu Perkasa			█																								
7	Pengumuman penerimaan magang di PT. Media Onsu Perkasa			█																								
8	Pelaksanaan Kerja Profesi sebagai Divisi Creative di PT. Media Onsu Perkasa				█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█	█			
9	Penyusunan Laporan Kerja Profesi																											

Sumber: Dokumen Pribadi

Pada April, praktikan mempersiapkan curriculum vitae (CV) dan portofolio sebagai langkah awal mencari tempat Magang. Pada Mei minggu pertama, praktikan mulai mencari informasi lowongan magang melalui aplikasi Glints dan mengirim CV ke perusahaan yang membuka peluang tersebut. Pada Juni minggu pertama, PT. Media Onsu Perkasa menghubungi praktikan untuk tahap seleksi interview. Pada Juni minggu kedua, praktikan mengikuti interview dengan Human Resource Development (HRD) dan Head Creative PT. Media Onsu Perkasa, sekaligus mendiskusikan durasi magang sesuai program MBKM. Pada Juni minggu ketiga, praktikan diterima sebagai bagian dari divisi Creative dan memulai magang dari 19 Juni hingga 19 Desember 2024. Magang berlangsung selama enam bulan dengan jam kerja pukul 10.00-18.00 WIB, Senin hingga Jumat, dengan fleksibilitas kerja jarak jauh (WFH) yang memudahkan praktikan menyelesaikan tugas.

Selama magang, praktikan bertanggung jawab menyusun laporan akhir yang mencakup ringkasan kegiatan, tantangan yang dihadapi, serta solusi yang diterapkan. Laporan ini tidak hanya menjadi dokumentasi resmi, tetapi juga evaluasi perkembangan dan pengalaman kerja praktikan. Program ini memberikan pemahaman mendalam tentang dinamika kerja di industri kreatif, mendukung pengembangan keterampilan profesional, serta memperluas wawasan tentang proses kreatif.