

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MAGANG

Dalam menginjakkan kaki di perguruan tinggi, pasti banyak sekali pelajaran dan juga ilmu yang di dapat selama menempuh pendidikan. Pelajaran dan ilmu yang di dapat baik itu bersifat akademis ataupun non akademis. Dalam akademis seperti mata kuliah – mata kuliah yang dipelajari selama pendidikan perguruan tinggi berlangsung. Untuk non akademis juga dapat dipelajari melalui kegiatan – kegiatan diluar mata kuliah seperti organisasi dan lain sebagainya. Salah satu pelajaran dan ilmu yang di dapat dalam bidang non akademis adalah kegiatan magang.

Menurut Rosa (Fajri, 2018) magang merupakan sebuah kegiatan dan juga program yang diadakan secara individu maupun lembaga yang dimana program magang tersebut digunakan sebagai sarana dalam memberikan gambaran nyata di dunia kerja. Tujuan dari magang itu sendiri adalah agar mahasiswa dapat mengetahui dan juga merasakan kondisi dalam dunia kerja yang sebenarnya. Magang dapat dilakukan secara mandiri maupun program dari perguruan tinggi ataupun pemerintah. Terdapat magang dibawah program pemerintah Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan yakni Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM).

Program ini mempunyai tujuan untuk mendorong mahasiswa supaya dapat menguasai berbagai keilmuan yang dimana hal tersebut berguna untuk memasuki dunia kerja. Dalam program ini, mahasiswa dapat mengasah banyak kemampuan – kemampuan yang dibutuhkan dalam dunia kerja. Mahasiswa juga dilatih untuk mengelola waktu selayaknya bekerja di dunia kerja. Pengertian dari Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) itu sendiri merupakan suatu program yang dicanangkan oleh Menteri Pendidikan dan Kebudayaan yang dimana hal tersebut bertujuan untuk mendorong mahasiswa agar dapat menguasai berbagai keilmuan untuk bekal memasuki dunia kerja. Program ini dilakukan selama enam bulan guna menggantikan satu semester atau sebanyak 20 sks yang dimana hasil laporan dari Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) tersebut akan dikonversikan dengan mata kuliah di semester tersebut atau sebanyak 20 SKS.

Dalam hal ini, Universitas Pembangunan Jaya selaku salah satu perguruan tinggi yang mengikuti atau memfasilitasi mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya guna mengikuti program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM). Adapun tujuannya yakni agar mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya dapat mengenal bagaimana keadaan dunia kerja yang sebenarnya, mengasah kemampuan – kemampuan yang dimiliki oleh mahasiswa baik itu *soft skill* ataupun *hard skill*, dan juga menerapkan apa yang sudah dipelajari sebelumnya selama masa perkuliahan baik itu secara teori maupun praktik.

Dalam mengikuti program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), mahasiswa dapat mencari atau memilih perusahaan yang berkaitan dengan jurusan yang diambil oleh mahasiswa. Selain berkaitan dengan jurusan yang diambil, mahasiswa juga dapat memilih dan mencari perusahaan yang sesuai dengan peminatan yang dimana terdapat dua peminatan pada jurusan Ilmu Komunikasi di Fakultas Humaniora dan Bisnis Universitas Pembangunan Jaya. Salah satu peminatannya yakni *Public Relations* yang dimana menurut Cutlip, Center dan Broom (2006: 6) *Public Relations* itu sendiri merupakan fungsi manajemen yang bertugas membangun dan mempertahankan hubungan yang baik serta bermanfaat antara sebuah organisasi atau perusahaan dengan public yang dapat mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan suatu organisasi tersebut.

Pada saat ini, perkembangan teknologi sudah berkembang semakin pesat dibandingkan dengan beberapa tahun lalu. Karena semakin maju zaman tersebut maka semakin meningkat pula kebutuhan manusia akan teknologi yang ada. Menurut pendapat Catells, Manuel (2004) yang menyebutkan bahwa teknologi adalah suatu kumpulan aturan, alat, dan juga prosedur yang dimana hal tersebut merupakan penerapan dari sebuah pekerjaan tertentu dalam suatu kondisi yang dapat memungkinkan terjadinya pengulangan. Semakin berkembangnya teknologi, maka semakin berkembang pula media yang ada. Adanya inovasi – inovasi baru membuat media turut berkembang seiring waktu. Terlebih lagi dalam bidang komunikasi yang di mana hal ini jelas terlihat bahwa kini seseorang mudah untuk mengakses luar kota bahkan luar negeri hanya dengan menggunakan teknologi komunikasi. Hal ini sangat berbeda dengan beberapa tahun lalu yang di mana untuk seseorang mengakses luar kota atau luar negeri tidak semudah saat ini.

Pada dunia hiburan juga terlihat sangat jelas perkembangan yang ada terlebih lagi dalam media massa. Menurut Leksikon Komunikasi, media massa merupakan sarana untuk menyampaikan sebuah pesan yang berhubungan langsung dengan masyarakat luas seperti radio, televisi, dan juga surat kabar. Terdapat media massa elektronik dan media massa cetak yang dimana di dalam media massa elektronik yakni seperti radio, televisi, dan juga film. Sedangkan media massa cetak yakni seperti koran, tabloid, majalah, buku, newsletter dan juga bulletin. Hal ini dijadikan hiburan untuk masyarakat luas dalam waktu yang lama. Tetapi karena teknologi dan inovasi yang semakin berkembang dari waktu ke waktu maka perlahan – lahan media massa tersebut sudah mulai hilang.

Teknologi dan inovasi yang berkembang, hadir teknologi yang dijadikan dasar kebutuhan dari semua teknologi, yakni internet. Pada saat ini, semua hal membutuhkan internet dan pengguna internet sudah ada dari berbagai jenis usia dan kalangan. Hal ini dikarenakan saat ini internet sudah menjadi kebutuhan dasar manusia guna memenuhi kegiatan dalam kehidupan sehari – harinya. Menurut Allan (2005) internet adalah sebuah perkumpulan jaringan computer yang dimana jaringan tersebut terhubung antara satu dengan yang lainnya, yang dapat membaca dan menerapkan berbagai protokol komunikasi atau yang biasa disebut dengan istilah IP dan TCP. Dengan adanya internet, seseorang dapat melakukan banyak hal bahkan dapat mengenal orang lain dari berbagai belahan dunia manapun. Karena ada internet dan media di zaman yang modern dengan teknologi yang maju ini, hadir yang disebut dengan media baru.

Menurut buku Etika Komunikasi dalam Media Sosial: Saring Sebelum Sharing karya Rahmanita Ginting (2021) media baru merupakan media yang menggunakan internet sebagai basis dalam teknologi online, berpotensi interaktif, berkarakter fleksibel, dan juga dapat berfungsi secara privat atau publik. Terdapat banyak manfaat dari media baru itu sendiri yakni menjadikan pencarian suatu informasi menjadi lebih mudah dan cepat, memudahkan dalam mendapatkan suatu kebutuhan masyarakat, sebagai media hiburan masyarakat, membuat komunikasi dapat lebih efisien, dan juga sebagai sarana pendidikan. Media baru yang ada saat ini seperti media sosial, youtube, email, dan lain sebagainya. Dengan adanya internet ditambah dengan media baru saat ini yang inovasinya sudah semakin berkembang maka seseorang dapat dengan mudah mengakses berbagai macam hal.

Sampai beberapa saat lalu, masyarakat masih sulit jika ingin mengakses hal apapun yang berkaitan dengan luar negeri. Tapi kini, dengan adanya media baru dan internet masyarakat dimudahkan dalam mencari atau berkomunikasi dengan luar negeri. Dan pastinya, banyak dampak yang ada dari media baru dan internet ini seperti dampak positive dan juga dampak negative. Dampak *positive* yang ada seperti masyarakat dapat mengakses apapun, kapanpun, di manapun, sampai berbagai macam belahan dunia dan masyarakat dapat dengan mudahnya mendapatkan suatu informasi melalui internet. Tetapi semakin berkembang teknologi internet dan juga media baru, maka semakin berkembang juga kejahatan yang terjadi dalam dunia internet seperti penipuan, *cyber bully*, dan lain sebagainya yang sebenarnya hanya bisa di kontrol oleh diri masyarakat itu sendiri di luar hukum yang berlaku.

YouTube merupakan salah satu media baru yang digandrungi oleh masyarakat yang sebenarnya fungsinya hampir sama dengan televisi tetapi dengan *YouTube*, masyarakat dapat menjadi media untuk dirinya sendiri. Banyak juga stasiun televisi yang sudah mengunggah juga tayangan pada program – program yang ada pada televisinya ke *YouTube*. Selain stasiun televisi, banyak juga perusahaan – perusahaan yang mengkhususkan perusahaannya untuk membuat sebuah konten layaknya televisi. Karena cara memproduksi kontennya sudah menyerupai televisi, maka dalam perusahaan tersebut terdapat divisi produksi yang dimana divisi tersebut berfokus pada membuat konten yang menarik. Dan di dalam divisi produksi tersebut pastinya terdapat struktur seperti *Head of production*, *Executive Production*, *Producer*, *Associate Producer*, *Creative*, dan juga *Production Assistant* yang dimana pada masing – masing posisi terdapat tugas dan tanggung jawabnya masing – masing tetapi tetap mempunyai tujuan yang sama yaitu memproduksi sebuah konten yang menarik yang dapat di nikmati oleh khalayak luas. Hal ini sama seperti yang terjadi pada perusahaan yang dipilih oleh praktikan yaitu PT. Media Onsu Perkasa atau MOP Channel.

Praktikan memilih perusahaan PT. Media Onsu Perkasa (MOP) yang merupakan perusahaan yang memberikan layanan seperti halnya *media service* dari MOP Group diantaranya seperti *MOP Youtube Channel*, *Production House*, *Digital Social Media*, *Talent Management*, dan juga *Event Creator*. Pada perusahaan PT. Media Onsu Perkasa, praktikan mengambil ke dalam divisi produksi dengan posisi sebagai *Creative*. Posisi *Creative* dalam PT. Media Onsu

Perkasa ini yakni berpikir kreatif dalam membuat sebuah konten yang nantinya akan di unggah ke dalam suatu media yakni *Youtube* yang di mana hal ini merupakan salah satu kegiatan seorang *Public Relations* karena termasuk ke dalam media *Public Relations*. Bukan hanya membuat sebuah konten, praktikan juga membuat materi untuk nantinya materi tersebut di promosikan melalui media sosial *MOP Channel*.

1.2 MAKSUD DAN TUJUAN MAGANG

1.2.1 Maksud Magang

- A. Menambah pengetahuan, mengasah kemampuan, wawasan, dan juga koneksi dalam bidang Creative di perusahaan PT. Media Onsu Perkasa
- B. Mempelajari dan meningkatkan kemampuan berpikir untuk membuat sebuah konten yang menarik untuk di unggah dalam platform yang dimiliki oleh PT. Media Onsu Perkasa seperti Youtube, dan media sosial
- C. Melatih komunikasi, sikap, dan Kerjasama dengan tim PT. Media Onsu Perkasa yang dimana bukan hanya dengan divisi produksi saja tetapi juga dengan divisi *sales*, *talent management*, dan lain sebagainya

1.2.2 Tujuan Magang

- A. Meningkatkan kemampuan, pengetahuan, dan wawasan dalam bidang Creative di PT. Media Onsu Perkasa yang merupakan perusahaan media berbasis digital
- B. Meningkatkan kreatifitas dalam membuat sebuah konten yang menarik
- C. Melatih kemampuan berkomunikasi dan mengimplementasikan materi perkuliahan yang sudah dipelajari baik itu teori maupun praktik
- D. Melatih komunikasi dan juga kerjasama dengan tim

1.3 TEMPAT MAGANG

Nama Perusahaan : PT. Media Onsu Perkasa

Alamat : Plaza Karinda, JL. Karang Tengah Raya
 No.11-12, Lb. Bulus, Kec.Cilandak, Daerah
 Khusus Ibukota Jakarta 12440
 Telepon : (021) 50200007
 Website : mopchannel.id
 Youtube : MOP Channel

Tempat pelaksanaan magang yang dilaksanakan oleh praktikan adalah di PT. Media Onsu Perkasa yang berlokasi di Plaza Karinda, JL. Karang Tengah Raya No.11-12, Lb. Bulus, Kec.Cilandak, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12440. Praktikan melaksanakan magang setiap hari Senin sampai dengan Jumat pukul 09.00 WIB hingga 18.00 WIB. Praktikan melaksanakan magang setiap harinya dengan waktu kerja yakni 8 jam per hari dengan istirahat selama 1 jam per harinya.

Alasan praktikum memilih PT. Media Onsu Perkasa adalah karena PT. Media Onsu Perkasa itu sendiri merupakan perusahaan media berbasis digital yang memiliki berbagai macam program dan juga audiens. Dengan menjadi *Creative* pada PT. Media Onsu Perkasa, praktikan dapat mengetahui bagaimana proses awal membuat sebuah konten hingga mengunggah konten tersebut hingga dapat dikonsumsi oleh khalayak luas. Dengan menjadi *Creative* pada PT. Media Onsu Perkasa praktikan juga dapat mengimplementasikan materi perkuliahan ke dalam dunia kerja baik itu secara teori maupun praktik.

1.4. JADWAL PELAKSANAAN MAGANG

Tabel 1.1 Perencanaan Waktu Kerja Profesi

No	Kegiatan	Bulan																																	
		April				Mei				Juni				Juli				Agust				Sept				Okt				Nov				De s	
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2				
1	Membuat CV dan Portofolio																																		

PT. Media Onsu Perkasa bahwa praktikan lolos dan diterima untuk *internship* di PT. Media Onsu Perkasa atau MOP Channel sebagai *Creativelintern*. Setelah diterima di MOP Channel sebagai *Creative Intern*, praktikan membuat surat pengantar universitas.

Lalu pada awal bulan Juni 2022 juga praktikan memulai kegiatan magang atau Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) yang dilakukan selama 6 bulan terhitung dari 9 Juni 2022 hingga 9 Desember 2022 di PT. Media Onsu Perkasa atau MOP Channel pada bagian produksi tepatnya posisi *Creative Internship*. Dan selama 3 bulan terakhir atau sejak September hingga Desember praktikan mulai membuat laporan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM).

