

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ngampooz merupakan platform yang bergerak dalam ranah teknologi dan pendidikan (*Edutech*) yang sudah berhasil mencapai 253.465 jumlah pengguna dan 529 mitra Ngampooz. Pertumbuhan yang diraih tentu bukanlah merupakan suatu kebetulan, melainkan merupakan hasil kerja keras tim dan penerapan strategi yang tepat. Salah satu strategi yang dijalankan dengan tepat oleh Ngampooz adalah strategi Public Relationsnya. Kinerja tim Public Relations (PR) Ngampooz dalam menyusun strategi secara matang dengan selalu senantiasa melakukan pengamatan pada kebutuhan pasar sehingga Ngampooz dapat menghadirkan program-program yang dibutuhkan oleh industri khususnya industri pendidikan. Salah satu strategi yang telah dilakukan adalah melalui program magang, yakni Ngampooz *Internship*. Program ini dibuat dengan menyelaraskan program pelatihan dengan tren industri, melakukan strategi dalam perencanaan untuk memahami kebutuhan perusahaan, strategi dalam menjaring kandidat, serta melakukan kolaborasi-kolaborasi dengan institusi pendidikan.



Gambar 1.1 Pengguna Platform/User Ngampooz
Sumber : Ngampooz.com
(Diakses pada tanggal 11 Oktober 2023)

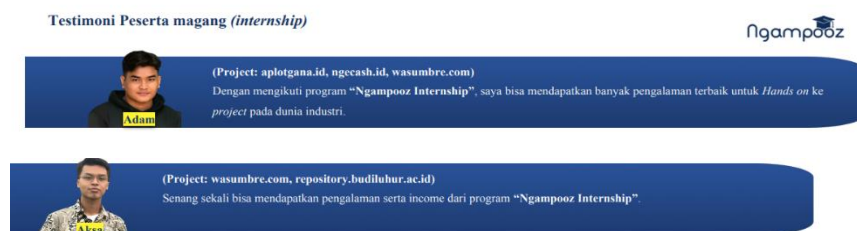
Data di atas menunjukkan bahwa Ngampooz merupakan *startup Edutech* yang memiliki perkembangan yang pesat baik dari jumlah pengguna maupun partner Ngampooz. Sehingga hal tersebut juga mendorong Ngampooz dalam menciptakan inovasi program Ngampooz *Internship*, yang melibatkan perusahaan dan mahasiswa. Program ini menciptakan hasil yang positif terlihat dari produk

perangkat lunak yang dihasilkan oleh tenaga magang untuk perusahaan seperti repository.budiluhur.ac.id, website adi.or.id, website wasumbre.com, dan aplikasi ngcash.id (Company Profile Ngampooz *Internship*, 2023). Program magang ini pun menghasilkan testimoni yang positif dari peserta magang karena memberikan keuntungan dan manfaat seperti fee, portfolio, peningkatan keterampilan maupun relasi yang dapat diimplementasikan dalam dunia kerja (Wawancara dengan Maesheilla & Aksa sebagai tenaga magang Ngampooz *Internship* periode Mei – Oktober, 16 November 2023).



Gambar 1.2 Produk yang dihasilkan oleh Ngampooz *Internship*
Sumber : Company Profile Ngampooz *Internship* (2023)

Gambar di atas memperlihatkan beberapa produk *software* yang telah dikerjakan oleh peserta magang Ngampooz. Produk yang dikerjakan seperti website, UI/UX design maupun aplikasi. Adapun beberapa produk tersebut diantaranya yaitu adi.or.id, website wasumbre.com, repository.budiluhur.ac.id, serta website aplikasi ngcash.id yang diciptakan oleh tenaga magang Ngampooz.



Gambar 1.3 Testimoni Peserta Magang
Sumber : Company Profile Ngampooz *Internship* (2023)

Kemudian 2 diantara 4 peserta magang yang memberikan *feedback* juga membagikan terkait pengalaman, kemampuan, serta penghasilan yang didapatkan melalui program ini. Sehingga program Ngampooz *Internship* membawa dampak positif terhadap semua pihak baik perusahaan, tenaga magang hingga Ngampooz sendiri. Respon positif dari peserta magang di atas dihasilkan dari kinerja PR yang optimal terhadap program Ngampooz *Internship* ini. Berdasarkan hasil pra riset bersama Marketing Communication Ngampooz, Julaiha Probo Anggraini bahwa terkait dengan peran dan fungsi PR terdapat kolaborasi antara Marketing Communication dan *Chief Executive Officer* (CEO) dan *Chief Operating Officer* (COO) CEO Ngampooz. Walaupun hal ini pada kenyataannya tidak terlalu ideal karena terbatas pada *budgeting*, maupun SDM, namun tidak banyak mempengaruhi capaian dan kinerja tim dalam pelaksanaan strategi PR.

Kebutuhan industri saat ini mengharuskan tenaga kerja untuk terus mengembangkan keterampilan dan kemampuannya untuk mempersiapkan diri di dunia kerja, dan hal ini erat kaitannya dengan program *internship* atau magang. Program magang merupakan suatu kegiatan yang dirancang khusus bagi mahasiswa guna menerapkan ilmu dan keahlian yang mereka punya untuk meraih pengalaman kerja secara praktis di dunia nyata (Nugraheni & Wijaya, 2017). Hal ini menjadikan pentingnya keberadaan program *internship* dalam menyiapkan tenaga kerja yang sejalan dengan tuntutan keperluan dan kebutuhan industri saat ini. Sehingga dalam menyelaraskan program magang dengan kebutuhan industri, dibutuhkan strategi-strategi yang efektif agar dapat tepat sasaran.

Untuk menyusun dan menerapkan program ini, Public Relations (PR) memainkan peran krusial. Cutlip, Center & Broom dalam Nursakti & Zulfiningrum (2023) mengemukakan bahwa “*Public Relations is management ability to create and manage mutual benefit organization and community success depends on failure*”. Pernyataan tersebut menunjukkan posisi PR yang erat kaitannya dengan kemampuan manajemen untuk dapat mengelola organisasi maupun perusahaan agar saling menguntungkan pihak-pihak yang berkaitan.

Meninjau hasil pra riset, Marketing Communication Ngampooz, Julaiha Probo Anggraini menyebutkan bahwa Ngampooz belum memanfaatkan posisi PR dalam struktural. Namun, bagaimana sekiranya pelaksanaan strategi PR dalam

penyusunan program Ngampooz kalau tidak adanya Divisi PR secara struktural. Julaiha Probo menambahkan bahwa peran PR dalam perusahaan Ngampooz dikendalikan oleh *Chief Executive Officer* (CEO) dan *Chief Operating Officer* (COO) CEO Ngampooz. Sehingga arahan strategi dikonsepskan oleh posisi tersebut, kemudian dilanjutkan dan dieksekusi oleh tim Marketing Communication dalam perihal mengelola program serta aktivitas komunikasi PR lainnya. Sehingga terdapat kolaborasi dalam menjalankan peran dan fungsi PR dalam perusahaan. Mengenai peran strategis PR, mengharuskan PR untuk berperan aktif sebagai ahli maupun teknisi dalam proses komunikasi perusahaan (Ruliana & Dwiantari, 2015). Sehingga hal tersebut mendasari peneliti untuk meneliti strategi PR Ngampooz melalui program Ngampooz *Internship*.

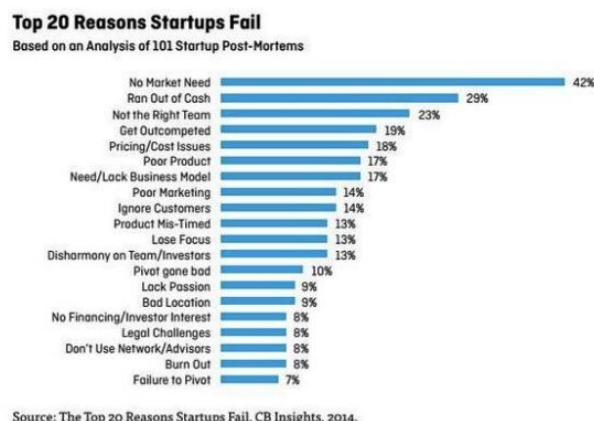
Berdasarkan hasil pra riset dengan Bapak Muhammad Ainur Rony S.Kom., M.T.I selaku CEO Ngampooz, melalui program ini, Ngampooz menerapkan strategi dalam menyelaraskan program Ngampooz *Internship* agar sesuai dengan kebutuhan industri saat ini. Strategi awal Ngampooz dalam penyusunan program ini terpicu oleh kebutuhan yang disampaikan oleh perusahaan mitra melalui pertemuan dan diskusi terbuka yang secara khusus dilakukan oleh Ngampooz. Kebutuhan perusahaan seperti portofolio digital dan pengembangan aplikasi menjadi salah satu kebutuhan yang spesifik, sehingga menjadi landasan untuk merencanakan program Ngampooz *Internship* ini.

Ngampooz mengalami beberapa kendala salah satu yang paling krusial yakni pendanaan atau *budget*. Mengenai hal ini, Bapak Muhammad Ainur Rony, S.Kom., M.T.I selaku *founder* dan CEO dari Ngampooz menyebutkan bahwa tentu dalam bisnis faktor yang paling berpengaruh adalah pendanaan, sehingga hal ini pun yang menjadikan banyaknya perusahaan rintisan seperti Ngampooz yang berlomba-lomba untuk mempertahankan bisnisnya. Sehingga agar tetap dalam jumlah pendanaan, Ngampooz menyesuaikan segala aktivitas dengan kemampuan perusahaan. Seperti misalnya tidak menggunakan iklan dalam sosial media dan lebih memilih memanfaatkan *networking* yang ada dari perusahaan-perusahaan partner yang dimiliki oleh Ngampooz sejauh ini.

Sejalan dengan kendala Ngampooz terhadap pendanaan, dalam mengkomunikasikan program ini kepada mahasiswa, Ngampooz memilih memanfaatkan media sosial yang sudah dibangun oleh Ngampooz, universitas

mitra serta *community relations* dari Asosiasi Dosen Indonesia untuk menyebarkan informasi terkait dengan spesifikasi yang dibutuhkan oleh perusahaan. Julaiha Probo Anggraini selaku bagian dari Tim Ngampooz *Internship* juga mengatakan bahwa, evaluasi program dilakukan secara berkala melalui diskusi terbuka dan komunikasi intensif dengan perusahaan, hal ini memungkinkan perbaikan dan kelanjutan program sesuai dengan masukan dari perusahaan terkait berbagai aspek seperti pembagian fee, periode magang, spesifikasi, dan lainnya. Ini menegaskan bahwa Ngampooz secara proaktif mempertimbangkan kebutuhan industri, kesesuaian dengan keterampilan mahasiswa, serta interaksi yang berkelanjutan dengan perusahaan mitra dalam pengelolaan program magang ini.

PT Ngampooz Pintar Sejahtera merupakan perusahaan rintisan atau *startup* bergerak dalam industri *Education & Technology (Edutech)* yang berdiri sejak tahun 2018, dengan platformnya yang dikenal sebagai Ngampooz. Perusahaan ini awalnya menjadi salah satu platform manajemen pendidikan dan wadah publikasi event, webinar, seminar online, zoom meeting dan e-sertifikat. Namun, agar dapat bertahan dalam industri ini, Ngampooz menambah layanannya, bukan hanya sebagai penyedia event yang menyesuaikan minat audiens nya, tetapi juga berinovasi sebagai penyedia jasa layanan dan program pelatihan, kompetisi, serta magang.



Gambar 1.4 Persentase Kegagalan Start Up
Sumber : The Top 20 Reasons *startup* Fail, CB Insights 2018
(startupventurecapital.com)

Sejalan dengan berkembangnya *startup*, data riset yang dilakukan oleh CB Insight 2018, menyebutkan bahwa terdapat 20 alasan utama kegagalan *startup*

secara umum sebagaimana yang terlihat pada data persentase kegagalan *startup* di atas. Salah satu kajian penelitian dalam *International Scientific Journal 'Industry 4.0'* juga menyatakan bahwa dari semua perusahaan rintisan yang telah diteliti tahap awal, diantaranya 90% tidak dapat bertahan. Beberapa masalah yang tercatat yakni terkait tidak adanya kebutuhan pasar, pendanaan, seperti prediksi atau perkiraan biaya yang tidak memadai, atau bahkan minimnya modal untuk pengembangan selanjutnya. Sehingga hal tersebut membuat banyaknya kasus perusahaan rintisan yang mengalami Pemutusan Hubungan Karyawan (PHK), bangkrut bahkan tutup layanan.

Beberapa diantara daftar *startup* yang mengalami PHK per tahun 2022 usai badai pandemi, berdasarkan data yang dilansir dari dari CNBC Indonesia.com, bahwa tiga diantaranya yaitu *startup Edutech* Indonesia. Kasus PHK Ruangguru yang melepas ratusan pegawainya akibat kondisi pasar global, Zenius yang terdampak kondisi makroekonomi dan memerlukan konsolidasi serta sinergi proses bisnis yang lebih lanjut, hingga Pahamify pada Juni 2022 melakukan PHK massal untuk beradaptasi dalam kondisi ekonomi makro pada saat itu. Kasus-kasus tersebut memperlihatkan bahwa perusahaan rintisan memiliki tantangan besar untuk bertahan, terutama setelah pandemi Covid-19.

Berdasarkan hasil wawancara pra riset yang dilakukan oleh peneliti dengan *Marketing Communication* Ngampooz, Julaiha Probo Anggraini beliau mengatakan bahwa untuk tetap eksis dalam industri ini tentunya perlu melakukan berbagai riset pasar dan mencari celah agar dapat *survive*. Kebutuhan saat pandemi tentu berbeda dengan usai pandemi, sehingga hal ini menjadi salah satu tantangan Ngampooz sebagai layanan penyedia platform untuk memanajemenkan acara atau kegiatan akademik dalam menyusun strategi-strategi yang tepat dalam inovasi program, salah satunya yakni melalui program Ngampooz *Internship* tersebut.

Program Ngampooz *Internship* merupakan salah satu program yang diciptakan oleh Ngampooz guna mendukung setiap industri di Indonesia dengan menyediakan tenaga magang yang berkompeten di bidang IT, khususnya *Front-End Developer*, *Back-End Developer*, *UI/UX*, *Mobile Developer*, serta *Website Developer*. Pihak Ngampooz menyesuaikan setiap program pelatihan tenaga magang melalui perencanaan dan melaksanakan strategi yang efektif dalam mencari kandidat tenaga magang yang berkualitas guna mengakomodasi kebutuhan industri saat ini.

Sehingga dalam hal ini, Ngampooz bertindak sebagai jembatan penghubung antara perusahaan dengan mahasiswa atau tenaga magang. Sejalan dengan hal tersebut, program ini bertujuan agar mahasiswa mendapatkan banyak pengalaman dalam industri secara nyata, serta perusahaan mendapatkan tenaga magang (*internship*) yang berkualitas sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan.

Mengenai program *internship*, Rakamin Academy yang merupakan platform bidang pendidikan yang berfokus dalam pelatihan maupun pengembangan karir bidang teknologi dan juga menyediakan layanan salah satunya adalah program magang virtual. Sehingga untuk hal ini, peneliti membandingkan kebutuhan sisi PR dari Ngampooz maupun Rakamin Academy yang bersumber dari website resmi Ngampooz yaitu ngampooz.com maupun website resmi Rakamin yaitu rakamin.com. Ngampooz maupun Rakamin memberikan informasi sesuai dengan kebutuhan publik tentang informasi yang harus diketahui oleh publik terhadap perusahaan.

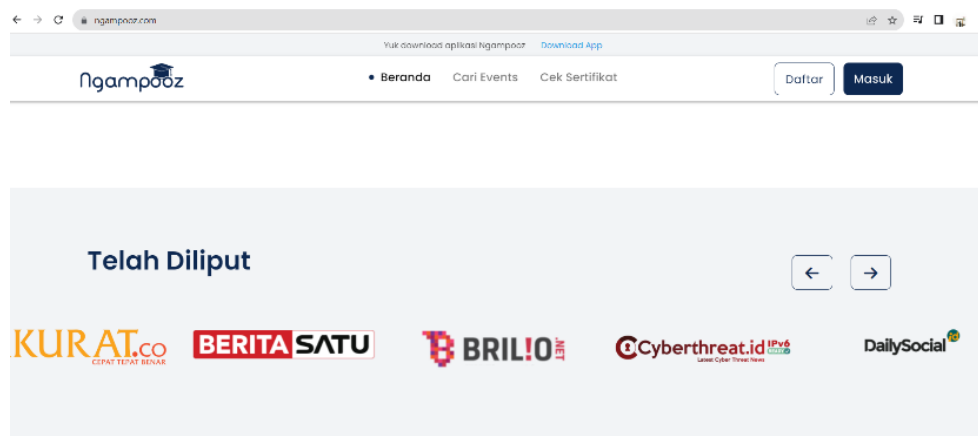
Tabel 1.1 Perbedaan Kebutuhan PR Ngampooz dan Rakamin Academy

Ngampooz	Rakamin Academy
Melalui website Ngampooz, informasi yang tersedia untuk public terfokus pada informasi tentang fitur-fitur, program, media partner, partnership, event, jumlah pengguna, sosial media, aplikasi, hingga liputan media.	Informasi yang diberikan Rakamin melalui website resminya meliputi informasi tentang project-project yang akan berjalan, informasi lowongan pekerjaan, program unggulan, sosial media, harga courses, hingga partnership.

Berdasarkan website resmi nya, Ngampooz melibatkan beberapa media partner untuk melakukan konferensi pers atau bahkan publishing informasi secara berkala tentang Ngampooz dalam artikel ataupun berita. Ngampooz juga memanfaatkan Aplikasi Ngampooz sebagai media untuk menyebarkan informasi.	Melalui website Rakamin, keterlibatan media yang dilakukan oleh Rakamin, memanfaatkan Owned media nya untuk mengiklankan program maupun courses yang dimiliki Rakamin, seperti Youtube hingga Instagram Ads.
--	--

Sumber : Olahan Peneliti (2023).

Berdasarkan tabel 1.1 di atas, peneliti melihat dari sisi strategi komunikasi atau penyebaran informasi serta keterlibatan media yang dilakukan oleh Ngampooz maupun Rakamin Academy. Melalui websitenya, baik Ngampooz maupun Rakamin memberikan informasi terkait dengan program, project maupun event yang dimiliki. Berdasarkan informasi dalam website Ngampooz, terlihat bahwa Ngampooz memanfaatkan media partner untuk meliput berita terkait dengan peluncuran program maupun informasi lainnya.



Gambar 1.5 Media Partner Ngampooz

Sumber : website www.ngampooz.com
(Diakses pada 30 Januari 2024)

Gambar diatas memperlihatkan informasi mengenai media partner yang telah bekerjasama dengan Ngampooz. Adapun beberapa media yang telah meliput

pemberitaan mengenai Ngampooz diantaranya yaitu, AKURAT.CO, BERITASATU, BRILIO.NET, Cyberthreat.id, DailySocial.id, dan lain sebagainya. Sedangkan dalam website Rakamin, memperlihatkan bahwa Rakamin memanfaatkan sosial media seperti iklan Youtube maupun Instagram. Namun selain itu, juga dilengkapi dengan informasi terkait *partnership* atau perusahaan-perusahaan partner mempekerjakan alumni-alumni Rakamin.



Gambar 1.6 Keterlibatan Media Rakamin Academy
Sumber : website www.rakamin.com
(Diakses pada 30 Januari 2024)

Gambar diatas memperlihatkan informasi dalam website Rakamin yang menunjukkan bahwa Rakamin Academy memanfaatkan Youtube Ads untuk mempromosikan company mereka. Hal ini menunjukkan terdapat perbedaan dari kebutuhan sisi PR yang berhubungan dengan media relation baik dari Ngampooz maupun Rakamin.

Adapun beberapa penelitian terdahulu terkait dengan strategi PR dalam menyusun program menjadi acuan dalam kajian ini. Penelitian terdahulu mengenai ‘Strategi Public Relations SKK Migas dalam Melaksanakan Program *Road to One Million Barrel Oil Per Day*’ oleh Atmaja, Kuswarno dan Meikyansah (2020). Riset tersebut menggunakan teori strategi Public Relations dalam penyusunan maupun perencanaan program menurut Cutlip, Center & Broom dalam dalam teori ini disebutkan *four step process* PR dalam menyusun strategi maupun program kehumasan yang diantaranya yakni mendefinisikan masalah, perencanaan dan

pemrograman, mengambil tindakan dan komunikasi, dan mengevaluasi program. Kajian ini meneliti bagaimana PR SKK Migas menyusun strategi terkait program *Road to One Million Barrel Oil Per Day*. Disamping itu, penelitian terdahulu Nuraenia & Astriani (2023) mengenai ‘Perencanaan Program Komunikasi Pada Program Magang Dalam Meningkatkan Skill Dan Knowledge Mahasiswa’ menyatakan bahwa program magang memerlukan perencanaan dan pengelolaan yang baik untuk mengedepankan kepentingan mahasiswa dan hubungan baik dengan *stakeholders*.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu di atas, penelitian ini juga akan merujuk pada teori strategi Public Relations dalam penyusunan maupun perencanaan program menurut Cutlip, Center & Broom yang diantaranya yakni mendefinisikan masalah, perencanaan dan pemrograman, mengambil tindakan dan komunikasi, dan mengevaluasi program. Namun yang menjadi indikator dalam strategi tersebut menyesuaikan dengan beberapa pendekatan yang melibatkan penyesuaian program pelatihan, strategi pemilihan kandidat, pemanfaatan kemitraan dan komunitas, serta monitoring dan evaluasi secara berkala dan berkelanjutan. Beberapa pendekatan tersebut akan menjadi bahan kajian peneliti untuk mengetahui secara mendalam strategi PR Ngampooz melalui program Ngampooz *Internship* tersebut.

Berdasarkan respon positif yang dihasilkan dari program ini baik bagi perusahaan, mahasiswa maupun Ngampooz sendiri, peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam mengenai bagaimana strategi PR Ngampooz melalui program Ngampooz *Internship* ini. Sehingga program ini menjadi salah satu inovasi yang dilakukan Ngampooz dalam mempertahankan bisnisnya. Penelitian ini akan dikaji menggunakan pendekatan kualitatif metode studi kasus, yang berfokus pada bagaimana strategi Public Relations yang dilakukan oleh *startup* Ngampooz melalui program Ngampooz *Internship*, serta bagaimana akhirnya program tersebut berdampak pada keberlangsungan Ngampooz hingga dapat bertahan dalam industri *Edutech* sampai saat ini. Sehingga berdasarkan pemaparan yang telah peneliti sampaikan, maka peneliti mengangkat penelitian ini dengan judul **“Strategi Public Relations *Startup* Ngampooz Melalui Program Ngampooz *Internship*”**.

1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian, riset ini memiliki tujuan untuk mengetahui strategi Public Relations yang dilakukan oleh *startup* Ngampooz melalui program Ngampooz *Internship*, sehingga diharapkan strategi tersebut dapat menjadi referensi dan acuan bagi perusahaan maupun *startup* lainnya untuk dapat bertahan dalam industri ini dengan inovasi-inovasi program.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka pertanyaan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana Strategi Public Relations *startup* Ngampooz melalui program Ngampooz *Internship*?

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi pembaca maupun peneliti selanjutnya serta memberikan kontribusi dalam pengembangan pengetahuan dan kajian Public Relations yang khususnya terkait dengan pengelolaan dan manajemen program perusahaan.

1.4.2 Manfaat Praktis

1.4.2.1 Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi acuan mahasiswa dalam mengembangkan pengetahuan terkait dengan implementasi strategi Public Relations melalui inovasi program-program dalam perusahaan.

1.4.2.2 Bagi Organisasi/Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan serta referensi bagi perusahaan perihal strategi Public Relations dalam menjalankan program-program perusahaan.

1.5 Waktu Penelitian

Tabel 1.2 Waktu Penelitian

No	Tahapan Penelitian	2023				2023				2024				2024				2024				2024				2024			
		Nov				Des				Jan				Feb				March				Apr				May			
1	Proses penentuan topik dan objek riset	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4								
2	Pra riset penelitian		1	2	3	4	1	2	3	4																			
3	Penyusunan BAB I					1	2	3	4																				
4	Penyusunan BAB II					1	2	3	4																				
5	Penyusunan BAB III						1	2	3	4	1	2	3	4															
6	<i>Desk Evaluation</i>													1	2	3	4												
7	Pengumpulan Data Riset										1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4							
8	Penyusunan BAB IV										1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4			
9	Penyusunan BAB V																					1	2	3	4				
10	Pendaftaran Sidang Skripsi																									1	2	3	4
11	Pelaksanaan Sidang Skripsi																												1