



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi menyebabkan perubahan cara promosi konvensional menjadi serba *digital*. Maraknya penggunaan teknologi membuat setiap individu mudah untuk berkomunikasi, dimapun, kapanpun, dan dengan siapapun, meski dengan jarak yang jauh. Hal ini menjadikan peran sosial media dalam meningkatkan *brand awareness* audiens terhadap suatu produk menjadi hal yang perlu diperhatikan. Media sosial memiliki peran penting dalam meningkatkan strategi pemasaran produk suatu perusahaan. Media sosial menjadi hal yang sangat interaktif yang dapat dimanfaatkan dalam mempromosikan produk baik secara *hard selling* maupun *soft selling*. Di era yang serba digital ini, banyak perusahaan berlomba-lomba untuk mempromosikan produk mereka. Melalui media sosial, perusahaan dapat mengenal *target market*nya lebih dekat.

PT Grasindo Widiasarana Indonesia (Grasindo) adalah perusahaan yang bergerak dibidang penerbitan dibawah naungan Kompas Gramedia. Perusahaan penerbitan ini memiliki divisi *Digital and Social Media Officer* yang menjadi salah satu cara dalam mengenal dan meningkatkan *target market* perusahaan. Terlebih penggunaan media sosial sangat diminati oleh setiap lapisan masyarakat di Indonesia saat ini. Fenomena ini menjadikan banyaknya perusahaan yang memanfaatkan media sosial sebagai media mempromosikan produknya. Desain grafis adalah faktor utama untuk menciptakan sentuhan pada konten promosi. Desain grafis memberikan efektifitas dalam penyampaian informasi yang lebih komunikatif. Oleh karena itu, desain grafis dalam sosial media menjadi salah satu unsur terpenting dalam membentuk *brand image* perusahaan.

Praktik kerja magang merupakan salah satu mata kuliah tingkat akhir yang wajib diikuti oleh seluruh mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara. Mata kuliah ini bertujuan untuk mengasah kemampuan yang telah didapatkan selama masa kuliah, menambah wawasan, dan membentuk konektivitas. Pada kesempatan

ini, penulis mendapatkan kesempatan untuk melaksanakan praktik kerja magang di PT Gramedia Widiasarana Indonesia. Penulis ditempatkan di divisi *Digital and Social Media Officer*. Penulis sangat tertarik bekerja dibidang desain promosi, terutama melalui media digital. Pengguna sosial media dapat meningkatkan kemampuan promosi kepada audiens secara langsung.

Proses kerja magang yang dilakukan oleh penulis tidak hanya untuk memenuhi syarat kelulusan, tetapi juga untuk menambah pengalaman dan pengembangan bagi penulis. Penulis memutuskan untuk melakukan praktik kerja magang di PT Gramedia Widiasarana Indonesia (Grasindo) karena mengetahui prestasi dan eksistensinya sudah diketahui masyarakat. Prestasi yang telah diukir PT Gramedia Widiasarana Indonesia (Grasindo) adalah mendapat penghargaan “*Best Performance Publishing and Education*” selama 2 tahun berturut-turut. Selain itu, perusahaan ini menciptakan *gadget* edukasi pertama, yang disebut *Gramedia books* pada tahun 2010. Penulis ingin berkontribusi dalam melakukan pekerjaan berupa proses promosi digital dan mendapatkan pengalaman bermanfaat.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dan tujuan kerja magang yang dilakukan penulis adalah untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S. Ds.) di Universitas Multimedia Nusantara dan pengalaman kerja. Dalam menjalankan praktik kerja magang ini, penulis mengembangkan kemampuan desain grafis dalam bentuk *e-flyer* untuk konten sosial media. Selain itu, tujuan praktik kerja magang yang sangat bermanfaat bagi penulis, yaitu:

1. Memperoleh pengalaman bekerja secara nyata untuk meningkatkan kemampuan desain, khususnya desain untuk *social media*.
2. Meningkatkan kemampuan dan belajar bagaimana bekerja secara profesional baik didalam kelompok ataupun individu.
3. Menyalurkan ilmu-ilmu yang didapatkan saat masa perkuliahan pada masalah yang ada pada dunia pekerjaan.
4. Menambah portfolio desain.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melakukan proses kerja magang selama 3 bulan, yang dilakukan pada:

Waktu : 01 Agustus 2019 – 31 Oktober 2019
Perusahaan : PT Gramedia Widiasarana Indonesia (*Grasindo Editorial & Publishing*)
Alamat : Gd. Kompas Gramedia Unit I, Lt. 3
Jalan Palmerah Barat 33-37, Jakarta Barat

Praktik kerja magang dilaksanakan setiap hari Senin-Jumat, mulai dari pukul 08.00-17.00 dan diselingi dengan istirahat dari pukul 12.00-13.00. Namun penulis terkadang menyelesaikan pekerjaan yang belum selesai atau revisi diluar jam kerja yang ditentukan, dengan kata lain lembur.

1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melakukan beberapa prosedur dalam pelaksanaan kerja magang dari awal melamar hingga selesai melakukan praktik kerja magang. Pertama-tama penulis mendapatkan *broadcast e-mail* Beasiswa Kompas Gramedia diawal bulan Maret 2019. Lalu, penulis mendaftarkan diri melalui *platform* Kalibrr untuk dapat mengikuti rangkaian beasiswa. Penulis juga menyertakan CV dan portfolio yang masih sangat sederhana, karena terbentur waktu ujian tengah semester, kedalam *platform* Kalibrr. Setelah sebulan kemudian, penulis mendapatkan *e-mail* notifikasi untuk melakukan psikotest. Setelah lulus psikotest, penulis dipanggil untuk melakukan seleksi wawancara *Human Resource* pada tanggal 19 Juni 2019. Penulis diwajibkan untuk mengisi formulir lamaran kerja sebelum mengikuti seleksi wawancara *Human Resource*, membawa cv, dan portfolio dalam bentuk *hardcopy*.

Penulis melakukan seleksi wawancara kurang lebih selama 45 menit. Selama wawancara penulis ditanyai apa saja kesibukan penulis selain kuliah dan hal-hal yang berkaitan tentang pengembangan diri. Sebelumnya, penulis merasa ragu dan tidak percaya diri menghadapi wawancara, karena kondisi penulis yang baru saja mengalami kecelakaan dan kehilangan dua gigi depan. Tetapi penulis dapat menghadapi tahap seleksi wawancara dengan lancar. Tetapi, karena waktu

pengumuman yang cukup lama dan mulai mendekati masa pengisian jadwal KRS, penulis mulai mencoba untuk mendaftar ke perusahaan lainnya.

Penulis melamar ke PT Sinarmas Distribusi Nusantara dengan mengirimkan *e-mail* berupa CV, portfolio, dan surat pengantar magang dari pihak kampus kepada perusahaan. Akan tetapi, sebelum mendapatkan balasan email dari perusahaan tersebut, penulis menerima *e-mail* hasil seleksi penerimaan beasiswa Kompas Gramedia pada tanggal 11 Juli 2019. Penulis merasa sangat beruntung bisa lolos seleksi penerimaan beasiswa Kompas Gramedia. Setelah dua minggu berlalu, penulis menerima pesan dari bagian *Human Resource* PT Gramedia Widiasarana Indonesia, dan ditempatkan di bagian *Digital and Social Media Officer*.

Pada hari pertama melakukan praktik kerja magang, penulis dikenalkan kepada Bapak Agung Purwono, selaku mentor penulis selama magang. Bapak Agung Purwono, yang akrab dipanggil Pak Agung menjelaskan apa saja yang dilakukan oleh divisi *Digital and Social Media Officer*. Dimana divisi ini diisi dengan desainer grafis dan seorang *public relations* yang bekerja sama satu sama lain. Penulis dikenalkan dengan rekan sesama divisi dan *briefing* pekerjaan yang akan dilakukan oleh penulis. Penulis akan memegang desain promosi, *bridging*, dan *engagement* untuk 6 akun sosial media berupa produk-produk terbitan PT Gramedia Widiasarana Indonesia (Grasindo). Penulis pun melakukan pekerjaan yang telah diberikan oleh Pak Agung, yaitu mengerjakan konten sosial media Instagram, twitter dan facebook. Terkadang *e-flyer* yang sudah dibuat dituangkan kedalam bentuk media lain seperti poster, *x-banner*, ataupun *wobbler* untuk didistribusikan ke seluruh Toko Buku Gramedia.

Saat menyelesaikan pekerjaan, terkadang penulis dibantu dengan desainer grafis senior. Biasanya desainer senior membantu mengerjakan media cetak untuk promosi setelah mendapatkan *e-flyer* dari penulis. Akan tetapi, diminggu berikutnya penulis biasanya mendapatkan tugas untuk membuat desain *e-flyer* kedalam media cetak lainnya.