



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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

Teknologi internet semakin berkembang pesat saat ini. Dalam berkembangnya teknologi internet ini dapat memberikan manfaat dalam dunia bisnis yang kompetitif ini. Salah satu cara dalam meningkatkan persaingan bisnis di era modern ini adalah dengan memanfaatkan teknologi internet. Menurut Jony Wong (2010), *e-commerce* adalah pembelian, penjualan dan pemasaran barang serta jasa melalui sistem elektronik, seperti televisi, radio dan jaringan komputer atau internet (hlm. 33).

Dalam membangun sebuah *e-commerce* diperlukan sebuah kapabilitas dalam presentasi untuk meningkatkan *brand*, dan kreatifitas. Menurut Wheeler (2012), *Brand* (merk) menciptakan pilihan yang tak terbatas untuk terhubung secara emosional dengan konsumen, menjadi tak tergantikan dan menciptakan hubungan dalam jangka waktu yang panjang. Sebuah *brand* yang kuat akan menonjol di pasaran (hlm.6).

Situs *e-commerce* tidak harus bersifat interaktif melainkan memiliki tampilan dan informasi yang menarik pembeli, salah satunya dapat diperkuat oleh foto. Foto pada situs *e-commerce* perlu ditampilkan secara jelas, karena sebuah foto harus dapat menjelaskan informasi produk yang ingin disampaikan. Menurut Edward Darwis (2011), fotografi adalah proses untuk menghasilkan gambar dari suatu objek dengan merekam pantulan cahaya yang mengenai obyek pada media peka cahaya. Foto merupakan media ungkapan untuk berkomunikasi antara seorang fotografer dengan pengamat foto. Banyak informasi yang dapat diungkapkan jika disampaikan dengan jelas sehingga arti dari peristiwa tersebut tidak menjadi kabur (hlm. 11-12).

Penulis ingin merasakan bagaimana terjun langsung dalam membangun sebuah situs *e-commerce* dan proses pembuatannya, karenanya penulis memilih untuk melakukan kerja magang disalah satu *e-commerce* yaitu gamedia.com. Gamedia merupakan perusahaan besar dan penulis berharap setelah melakukan program magang dapat berkesempatan untuk bekerja di Gamedia.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dan tujuan dari kerja magang ini ialah untuk mengasah kemampuan dengan mempraktikkan pengetahuan yang telah penulis dapatkan selama masa perkuliahan mengenai *digital imaging* dan fotografi, Sebagai salah satu syarat kelulusan dari Universitas Multimedia Nusantara, Serta untuk mendapatkan pengalaman dan pengetahuan dalam dunia kerja.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Berdasarkan ketentuan yang diberikan, mahasiswa harus melakukan kerja magang minimal 320 jam kerja, untuk itu penulis melakukan kerja magang selama dua bulan. Penulis berkesempatan melakukan kerja magang di Gamedia.com pada divisi *E-Business*. Kerja magang dimulai pada tanggal 02 Agustus – 30 September 2016, dilaksanakan dari hari senin sampai jumat dengan jam kerja dari pukul 08.00 hingga 17.00 WIB dan dilakukan selama 40 hari kerja, dengan total 372 jam kerja.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melakukan beberapa tahapan kerja magang sebagai berikut:

1. Mengisi formulir permohonan kerja magang, formulir ini berisikan data mahasiswa dan nama perusahaan yang akan dituju.
2. Mengajukan permohonan kerja magang ke perusahaan yang telah dipilih dengan mengirimkan surat pengantar magang, CV dan portofolio.
3. Melakukan sesi wawancara oleh HRD dari Gamedia.com pada tanggal 28 juli 2016.

4. Melaksanakan kerja magang di perusahaan Gramedia.com selama dua bulan, mulai dari 02 agustus – 30 september 2016 dengan ketentuan kerja pada hari Senin hingga Jumat, jam kerja 08.00 – 17.00 WIB.
5. Mengisi surat keperluan kerja magang, seperti kartu kerja magang, formulir kehadiran kerja magang, formulir realisasi kerja magang dan formulir penilaian kerja magang.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA