



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

Di perkembangan teknologi sekarang, strategi media promosi (*digital marketing*) dengan wadah digital sangat berkembang pesat. Dunia digital adalah teknologi yang mampu membuat hubungan antara konsumen dan brand atau usaha lebih efisien dan lebih praktis. Fasilitas yang mewadahi proses jual beli dalam bentuk digital ini yang disebut sebagai marketplace. Karena perkembangan inilah beberapa tahun belakangan, belanja online semakin mudah dilakukan.

Pemilik marketplace tidak bertanggung jawab atas barang yang dijual karena dasar dari marketplace adalah hanya sebagai tempat transaksi antara penjual dan pembeli agar lebih mudah dan aman. Keamanan lebih ditawarkan karena marketplace memiliki *terms* atau peraturan tentang segala yang kemungkinan akan terjadi dalam transaksi jual beli di *platform* tiap marketplace.

Di Indonesia sendiri ada berbagai perusahaan marketplace lokal yang memiliki daya saing yang tidak kalah dengan perusahaan luar. Perusahaan marketplace lokal antara lain, Tokopedia, Shopee, Bukalapak, Blibli.com, dll. Setiap perusahaan memiliki target yang spesifik untuk masing-masing user-nya. Seperti contoh Shopee lebih mengarah pada target konsumen perempuan, Bukalapak lebih berfokus pada brand-brand yang besar, dan Tokopedia lebih UKM-UKM. Biasanya didalam marketplace juga terdapat berbagai macam media promosi untuk menunjang brand dan tentunya perusahaan itu sendiri.

Tidak bisa dipungkiri, semua brand pasti membutuhkan media promosi agar apa yang mereka tawarkan dapat sampai ke konsumen dengan tepat dan mendapatkan keuntungan. Untuk sebagian besar brand, promosi dijadikan elemen utama untuk memancing konsumen, mulai dari pengenalan brand sampai mempengaruhi target untuk membuat keputusan untuk membeli produk yang ditawarkan. Sebagai marketplace pun membutuhkan iklan yang menarik agar target

pasar yang dituju dapat ditarik dan memilih menjadi pemakai tetap marketplace tertentu.

PT. Tokopedia yang menjadi tempat pilihan penulis untuk menjalani praktik kerja magang. Didirikan sejak tahun 2009 oleh William Tanuwijaya dan Leontinus Alpha Edison, PT. Tokopedia bergerak di bidang marketplace. Salah satu perusahaan dengan pergerakan tercepat di Indonesia, dan perusahaan teknologi pertama di Asia Tenggara yang mendapatkan suntikan dana terbesar dari *Sequoia Capital Soft Bank Internet* dan *Media Inc* dengan total 1,2 triliun rupiah. PT. Tokopedia juga berhasil meraih penghargaan *Marketers of The Year 2014* berkat peranannya mengembangkan bisnis online di Indonesia.

PT. Tokopedia selalu memiliki visual dan ciri khas yang kuat. Setiap visual yang sudah sampai ke konsumen selalu memiliki value yang dalam dengan menyelipkan value-value yang Tokopedia miliki. Maka dari itu penulis tertarik untuk belajar dan mencari pengalaman sebagai bekal menuju jenjang karier berikutnya.

Praktik kerja magang yang diselenggarakan Universitas Multimedia Nusantara merupakan salah satu mata kuliah yang mendukung mahasiswa, terutama mahasiswa program studi Desain Komunikasi Visual, untuk dapat mengembangkan dan mengimplentasikan ilmu-ilmu yang didapatkan selama masa perkuliahan yang telah dilewati. Melalui praktik kerja magang ini, penulis berharap mampu mengukur kemampuan di dunia kerja yang sesungguhnya, dan mengetahui perkembangan dan kebutuhan desain di dunia promosi digital.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dan tujuan kerja magang berdasarkan latar belakang diatas adalah sebagai berikut:

1. Mampu mengimplementasikan ilmu-ilmu yang didapatkan selama menjalani perkuliahan ke dunia kerja yang sesungguhnya.
2. Mencari pengalaman kerja dan menjalin hubungan relasi dengan orang baru.
3. Mampu memecahkan suatu masalah dengan pola pikir kreatif, efektif dengan prioritas dan perencanaan waktu yang baik.
4. Mempelajari sistem kerja industri kreatif profesional khususnya di bidang *e-commerce*.
5. Memberikan kontribusi yang optimal kepada perusahaan.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Berikut merupakan waktu dan prosedur pelaksanaan kerja magang yang dilakukan oleh penulis selama menjalani praktik kerja magang di PT. Tokopedia.

1.3.1.1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Berdasarkan peraturan program kerja magang yang ditetapkan oleh PT. Tokopedia, pelaksanaan *internship* berlangsung selama 3 bulan berlangsung mulai dari tanggal 11 September 2019 sampai dengan 11 Desember 2019. Pelaksanaan hari kerja magang berlangsung selama 5 hari kerja yaitu senin hingga jumat dengan 8 jam kerja + 1 jam istirahat dengan total 9 jam kerja. Bagi siapapun yang bekerja di PT. Tokopedia diberikan kebebasan untuk menentukan jam masuk kantor antara pukul 7 pagi hingga 10 pagi dan jam pulang kantor dengan menambahkan 9 jam kerja dari jam masuk. Namun dalam pelaksanaannya, waktu praktik kerja magang menyesuaikan dengan produksi dan target proyek yang harus diselesaikan, sehingga jam pulang kerja magang bersifat tentative atau tidak tetap.

1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Berdasarkan peraturan yang telah ditetapkan oleh Universitas Multimedia Nusantara, mahasiswa dapat melangsungkan praktik kerja magang apabila telah memenuhi persyaratan akademik yaitu bahwa mahasiswa telah lulus menyelesaikan 100 SKS, memiliki IPK minimal 2.00, Tidak melebihi 2 nilai D dari semester 1 sampai semester 6, dan tidak ada mata kuliah dengan nilai E. Mahasiswa yang hendak mengikuti program magang harus sudah mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh kampus terlebih dahulu.

Langkah prosedur kerja magang berikutnya adalah dengan melengkapi persyaratan administrasi dari pihak kampus yang diawali dengan pengisian form KM-01 atau Form Pengajuan Kerja Magang. Pada KM-01 penulis menuliskan beberapa *agency* atau perusahaan sebagai calon tempat dimana kerja praktik magang akan dilaksanakan. Setelah itu penulis menyerahkan form KM-01 kepada Koordinator magang untuk melakukan proses verifikasi dan meminta tanda tangan sebagai bukti persetujuan terhadap tempat pilihan pelaksanaan untuk *internship*. Jika sudah disetujui yang ditandai dengan tanda tangan dari ketua koordinator magang, penulis dapat melanjutkan ke tahap form KM-02 atau surat Pengantar Magang sebagai surat izin dari kampus untuk pelaksanaan magang dengan menyerahkan KM-01 kepada bagian administrasi kampus.

Penulis mengirimkan CV dan portofolio kepada PT. Tokopedia melalui platform Job Search Kalibrr pada tanggal 30 Agustus 2019. Penulis mendapatkan informasi tentang lowongan *internship* sebagai *graphic designer* di PT. Tokopedia dari hasil menelusuri halaman Kalibrr. Di tanggal 30 Agustus 2019 itu juga, penulis mendapatkan panggilan untuk proses wawancara dengan *user* yang berlangsung pada hari Selasa, 3 September 2019 yang bertempat di Lantai 52, Tokopedia Tower (Ciputra World Dwita), Jl. Prof. Dr. Satrio, Kuningan, Jakarta Selatan. Pada hari pelaksanaan wawancara dengan PT. Tokopedia penulis melakukan wawancara yang di mulai pada pukul 15.00 hingga pukul 16.00 wib. Satu jam setelah dilakukan proses wawancara, penulis diberikan kabar bahwa penulis diterima untuk melakukan praktik kerja magang selama 3 bulan di PT. Tokopedia. Penulis melakukan konfirmasi email yang menyatakan bahwa menerima tawaran magang

yang telah diberikan. Saat pihak perusahaan mengirimkan email penawaran, sudah diberikan surat resmi yang harus diserahkan sebagai bukti kepada pihak kampus yaitu pernyataan yang menyatakan penerimaan penulis sebagai anak magang di PT. Tokopedia. Setelah surat diserahkan, tahapan selanjutnya adalah penulis diberikan KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Lembar keharidan Kerja Magang), KM-05 (Lembar Realisasi Kerja Magang), KM-06 (Lembar Penilaian Kerja Magang), dan KM-07 (Formulir Persetujuan Laporan Magang). Semua syarat tersebut diisi dan diberikan kembali kepada pihak kampus saat proses magang telah selesai sebagai bukti kegiatan praktik kerja magang yang sudah dijalani penulis.