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.

Perpustakaan Univeristas Multimedia Nusantara

BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Digital Marketing merupakan salah satu bentuk dari *soft-selling*. *Digital Marketing* adalah bentuk upaya untuk melakukan pemasaran suatu jasa atau produk yang dilakukan menggunakan media sosial. Media sosial adalah salah satu jenis platform yang paling sering digunakan oleh orang-orang pada jaman kini untuk saling berkomunikasi antara satu sama lain, menerima informasi, dan juga memasarkan suatu produk. Ide prinsip *digital marketing* ini adalah *customer* sebagai titik awal dan akhir poin dari semua kegiatan pemasaran (Ian Dodson, 2016).

Desain grafis adalah salah satu bentuk dari komunikasi visual untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada penonton dengan menggunakan representasi visual yang idenya diciptakan dari elemen visual yang diciptakan, diseleksi, dan tersusun (Robin Landa, 2011). Grafis desainer memiliki peran penting dalam aksi *digital marketing*, mereka membantu merancang dan mengeksekusikan proyek untuk memasarkan produk atau jasa dari klien. Proyek yang dikerjakan akan menarik *customer* untuk membeli produk atau memakai jasa dari klien. Grafis desainer dapat memecahkan berbagai masalah komunikasi, berkolaborasi dengan beragam klien, mulai dari organisasi yang menghasilkan pendapatan besar maupun yang hanya berpenghasilan kecil, hingga keluarga yang membutuhkan *brand* untuk mempromosikan produk baru.

Warhol Interaktif Indonesia adalah salah satu dari perusahaan yang fokus pada *digital marketing* dengan menggunakan grafis desain. Oleh karena itu penulis memilih melakukan kegiatan magang di perusahaan Warhol Interaktif Indonesia untuk melatih kemampuan sebagai desain grafis serta mendapatkan pengetahuan lebih tentang *digital marketing* dan peran desain grafis dalam *digital marketing*.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Kerja magang yang dilakukan selama kurang lebih dua bulan setengah dilakukan oleh penulis di Warhol Interaktif Indonesia memiliki maksud sebagai berikut:

1. Mengimplementasikan keterampilan dan wawasan ilmu yang selama ini dipelajari di Universitas Multimedia Nusantara seperti membuat poster dengan photoshop.
2. Mengenal dan mempelajari etika dan sopan santun dalam dunia kerja.
3. Sebagai sebuah pengalaman dalam dunia kerja yang menambah nilai.
4. Menambah koneksi sebagai persiapan untuk memasuki dunia kerja.
5. Salah satu syarat kelulusan yang dilakukan dalam menempuh progam S1 di Universitas Multimedia Nusantara studi Seni dan Desain yang berfokus pada film dan animasi.

Sementara tujuan dari kerja magang ini adalah membuat postingan desain grafis berupa poster dan kuis serta video untuk ditampilkan di sosial media seperti instagram sebagai bentuk digital marketing yang dapat memenuhi kebutuhan brand Celcius Odessy, goontingID, MIS Group, dan beberapa usaha lainnya.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Berdasarkan seminar pembekalan Magang yang diadakan oleh Universitas Multimedia Nusantara tanggal 26 Agustus 2019, prosedur pelaksanaan kerja magang adalah sebagai berikut:

1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang dilakukan dimulai pada tanggal 10 September 2019 di kantor Warhol Interactive Indonesia yang berada di Jalan Pluit Selatan No. 120. Namun surat penerimaan perusahaan baru diberikan kepada pihak universitas dari tanggal 30 September 2019. Oleh sebab itu, pelaksanaan kerja magang dihitung dari tanggal 1 Oktober 2019 sampai 29 November 2019, dengan jumlah total 36 hari. Kerja magang berlangsung full-time di hari selasa sampai jumat, yaitu 8 jam dari jam 09.00 WIB hingga 18.00 WIB dengan istirahat 1 jam dari jam 12:00 WIB sampai jam 13:00 WIB. Jadwal ini telah disepakati oleh pihak penulis dan juga

pihak perusahaan sehingga total pelaksanaan jam kerja magang yang dilakukan selama seminggu dari tanggal adalah 32 jam. Total jam magang secara keseluruhan adalah 288 jam. Karena jumlah jam yang ada belum memenuhi syarat dan ketentuan dari prosedur magang yaitu 320 jam, maka penulis diberi kesempatan untuk menambah periode magang dari tanggal 24 Februari 2020 sampai dengan 3 maret 2020. Penulis melakukan kerja magang pada tanggal 24 Februari, 25 februari, 2 Maret, dan 3 Maret 2020. Dengan jam kerja sebanyak 8 jam dalam seharinya. Oleh karena itu total jam magang dari awal penambahan periode magang sampai akhir mencapai 32 jam. Total jam magang 288 jam ditambah dengan 32 jam adalah 320 jam dan telah memenuhi syarat kerja magang.

2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pada awal penulis menjalani praktik kerja magang, penulis diterima sebagai salah satu dari *intern graphic designer* pada divisi desain. Pada awal masuk kerja magang, penulis menjalani *training* singkat untuk mempertajam ilmu yang sudah didapat sebelumnya. Selama praktik pelaksanaan kerja magang, penulis dibimbing oleh Aldo Matteus yang menjabat sebagai senior *graphic design*.