BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era *modern* saat ini, perkembangan teknologi yang semakin pesat telah membuat gaya hidup masyarakat di Indonesia tidak dapat dipisahkan dengan dunia digital. Tidak hanya untuk keperluan hiburan ataupun bersosialisasi, perkembangan teknologi yang ada pun telah membuat sebagian besar masyarakat semakin dimudahkan untuk memenuhi kebutuhan serta keinginannya dengan berbelanja *online* hanya melalui *website* atau aplikasi. Hal ini pun membuat fungsi desain grafis menjadi berkembang tidak hanya untuk diimplementasikan pada media promosi *offline* seperti poster, *billboard*, brosur, dan sebagainya melainkan semakin dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan promosi pada media *digital* seperti lewat iklan media sosial, *web banner*, dan aplikasi.

Di Indonesia sendiri sudah banyak perusahaan yang bergerak dalam bidang *e-commerce* untuk memenuhi kebutuhan berbelanja masyarakat, salah satunya PT. Shopee International Indonesia. Shopee pertama kali didirikan pada tahun 2015 di Singapura. Setelah dibangun di Singapura, Shopee memasuki Indonesia, Malaysia, Vietnam, Thailand, Taiwan, dan Filipina. Pada aplikasinya, Shopee menawarkan berbagai macam pilihan kategori produk mulai dari *fashion* hingga otomotif. Tidak hanya kategori produk yang sangat beragam, Shopee juga memiliki berbagai promo menarik yang membuat konsumen tetap terus berbelanja lewat aplikasinya serta fitur-fitur yang memudahkan penjual dan konsumen untuk melakukan interaksi dan transaksi. Shopee juga melakukan promosi lewat berbagai *online platform* lainnya seperti media sosial sehingga identitasnya cukup kuat. Hal ini juga didukung dengan kehadiran *brand ambassadornya* yang berbeda-beda dalam jangka waktu tertentu.

Melihat perkembangan Shopee dalam menjalankan berbagai promosi untuk meningkatkan *awareness* dan mempertahankan minat pelanggannya di tengah persaingan di dunia *e-commerce* yang tinggi, penulis memilih PT. Shopee International Indonesia sebagai tempat pelaksanaan kerja magang untuk

mengembangkan pengetahuan sekaligus keterampilan mengenai implementasi desain grafis dalam industri *e-commerce*.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Penulis melakukan praktik kerja magang untuk memenuhi tujuan sebagai berikut :

1. Sebagai pemenuhan syarat kelulusan di Universitas Multimedia Nusantara
2. Menambah pengalaman di dunia kerja
3. Menambah pengetahuan mengenai implementasi desain grafis di dunia *e-commerce*

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Berikut merupakan waktu dan prosedur pelaksanaan kerja magang selama penulis melakukan internship di PT Shopee International Indonesia

1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

   Sesuai kontrak yang tertulis, penulis melaksanakan kerja magang di PT Shopee International Indonesia selama 3 bulan mulai dari tanggal 30 Januari 2020 hingga 29 April 2020. Pelaksanaan kerja magang dilakukan setiap hari Senin hingga Jumat mulai pukul 09.30 – 18.30 WIB. Penulis ditempatkan di kantor pusat Shopee di Indonesia, tepatnya di Pacific Century Place Tower, SCBD (Sudirman Central Business District) Lot 10, Jalan Jenderal Sudirman No.52-53, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta.
2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

   Penulis melaksanakan prosedur kerja magang sesuai yang telah ditetapkan oleh Universitas Multimedia Nusantara. Penulis awalnya menemukan lowongan kerja magang di Shopee Indonesia untuk posisi Brand Creative Intern melalui aplikasi LinkedIn. Setelah itu, penulis mengajukan formulir KM01 dengan menulis beberapa nama perusahaan tujuan tempat magang salah satunya PT Shopee International Indonesia. Setelah *form* KM01 telah disetujui, penulis mengajukan form KM02 (surat pengantar magang).

Penulis kemudian mengisi formulir *online* di LinkedIn untuk melamar lowongan yang tersedia di Shopee. Pada tanggal 16 Januari 2020 penulis dihubungi oleh pihak Shopee melalui *e-mail* dan diminta untuk mengirimkan CV serta *portfolio* desain yang berkaitan dengan *social media, campaign, branding,* dan *events.* Setelah mengirim CV serta *portfolio*, penulis menerima panggilan wawancara yang dijadwalkan pada 21 Januari 2020. Sehari setelah wawancara, penulis menerima informasi dari Shopee bahwa penulis diterima untuk melakukan kerja magang dengan posisi *Intern, Marketing (Brand Creative Design)*. Sesuai perjanjian, penulis kemudian melaksanakan program kerja magang dari tanggal 30 Januari 2020. Namun, surat penerimaan magang dari perusahaan baru diberikan pada tanggal 10 Februari 2020 sehingga penulis baru terhitung mulai magang sesuai prosedur dari kampus dari tanggal 13 Februari 2020.