

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Perkembangan zaman dari tahun ke tahun semakin maju, banyaknya faktor-faktor dari luar yang mempengaruhi adanya perkembangan itu sendiri. Perkembangan budaya, teknologi, ekonomi, sosial, dan lainnya, tentunya faktor ini mempengaruhi setiap bentuk lingkup kerja yang ada. Banyak perusahaan yang menerapkan beberapa perkembangan ini untuk meningkatkan mutu kerja. Salah satunya adalah perkembangan teknologi, dimulai dari adanya Internet sebagai salah satu media yang mudah diakses dan cepat.

Sesuai dengan data yang dilansir dari *We Are Social* pada bulan Juli 2019, pengguna aktif internet saat ini mencapai 7,7 miliar. Pertumbuhan ini tentu memiliki beberapa tujuan dalam kebutuhan pada pengguna media sosial dalam bentuk apapun, baik sebagai pengguna saja, kebutuhan pemasaran, kebutuhan hiburan, kebutuhan sosial dan lainnya. Dengan adanya *internet*, membuat banyak sekali orang-orang yang membuat inovasi baru dari sebuah media, akses untuk menonton video sudah tersedia dengan adanya *Youtube*, sarana mencari teman dan berkenalan digarap oleh *Facebook*, kemudian tempat pencarian kata-kata sesuai dengan keinginan masyarakat digarap oleh *Google*, dan sarana hiburan untuk memposting kehidupan sehari-hari dilakukan oleh *Instagram*.

Dari adanya beberapa keuntungan yang dihasilkan oleh Internet, yang kemudian dilirik oleh beberapa pengusaha untuk menjadikan media sosial sebagai sarana meningkatkan sebuah *brand*. *Brand* sendiri adalah sebuah produk ataupun jasa yang memiliki value di dalamnya, memiliki fungsi yang menjadi solusi dari keresahan masyarakat. Beberapa *brand* yang ada di kehidupan kita sehari-hari seperti Apple, Samsung, Oppo dan lainnya yang bergerak di bidang teknologi, Fanta, Coca-Cola, Shihlin, Marugame Udon, Yoshinoya, dan lainnya yang bergerak di bidang *food and beverages*. Banyaknya *brand* perusahaan yang ada di Indonesia, membuat persaingan semakin ketat dengan adanya perbedaan antar

*brand*, dan tentunya setiap *brand* meningkatkan promosinya dengan keunikan yang berbeda-beda. Oleh karena itu setiap perusahaan memiliki strategi marketing yang berbeda-beda, dan salah satu bentuk dari marketing itu sendiri adalah promosi, promosi *brand* dalam bentuk desain, video dan lainnya.

Tanpa adanya marketing, maka perusahaan tidak bisa menjual produk dan layanan yang mereka berikan kepada konsumen. Marketing itu sendiri memiliki konsep pemahaman yaitu menganalisa, memahami dan memuaskan semua kebutuhan konsumen untuk meningkatkan keuntungan sebesar-besarnya bagi bisnis perusahaan. Setiap divisi yang bekerja tentunya harus dipantau setiap pekerjaannya agar berjalan dengan baik. Setiap perusahaan tentunya memiliki seorang *Project Manager* untuk meninjau pekerjaan setiap divisi dengan baik dan benar, divisi ini yang bertugas sebagai penghubung antara klien dan perusahaan.

Menangani klien juga merupakan salah satu pekerjaan dari *project manager*, berbagai karakteristik klien yang berbeda-beda membuat divisi ini harus sangat bersabar untuk menangani. Semua *brief* yang diberikan dari klien, dirangkum dalam minutes of meeting dan kemudian diberitahu ke divisi lain yang bersangkutan. Selain itu, *project manager* menentukan *deadline* untuk proyek yang telah diberikan ke beberapa divisi, dan mereka memberikan informasi *progress* kepada klien. Menurut Longman & Mullins (2005:05) manajemen proyek dalam kehidupan bisnis sekarang, biasanya memerlukan beberapa kalender, jadwal yang kompleks, data finansial, data pengerjaan dan beberapa sistem laporan.

Menurut Heerkens (2007:1) manajemen proyek juga memiliki beberapa potensi yang bisa membawa kita ke atas dan ke bawah, ketika proyek telah selesai dan terproduksi dengan baik maka terjadi perubahan kearah positif secara individu dan juga perusahaan. Hal ini dapat dijadikan sebagai batu loncatan menuju kenaikan jabatan, dan meningkatkan pengalaman kerja.

Seiring berjalannya waktu, cara mendata proyek-proyek yang dikerjakan dilakukan dengan beberapa cara, pada awalnya cara mendata proyek yaitu dengan

*Microsoft Project*, kemudian seiring berjalannya waktu beberapa software muncul seperti *Trello*, *Wrike*, *Airtable*, dan lainnya. Beberapa *software* inilah yang sangat membantu *project manager* dalam mengatur proyek-proyek yang sedang dikerjakan. Oleh karena itu penulis tertarik untuk membahas cara kerja dengan menggunakan *software* ini, karena pada akhirnya divisi sebagai *project manager* dalam bidang film akan mudah untuk mengatur proyek yang dilakukan oleh setiap divisi.

## **1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang**

Tujuan kerja magang yang ingin dicapai penulis di Dorado, yaitu:

1. Membandingkan dan mempelajari cara kerja *project manager* di dunia kerja dengan cara kerja di bidang akademik.
2. Memberikan pengetahuan kepada para mahasiswa yang akan melaksanakan magang sesuai dengan bidang kerja.
3. Menyelesaikan magang sesuai dengan keperluan sidang magang.

## **1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Pelaksanaan kerja magang dilaksanakan pada tanggal 12 Februari 2019 hingga 12 Mei 2019, jangka waktu selama 3 bulan sesuai dengan ketentuan kerja magang di Dorado Digital Activation Agency, jam kerja dimulai dari jam 09:00 – 18:00 (waktu fleksibel).

### **1.3.1. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Sebelum memulai kerja magang, setiap mahasiswa diminta untuk mengikuti kelas pembekalan magang yang diadakan di Lecture Hall kemudian mahasiswa diwajibkan untuk mengambil KM 01 di Gedung A lantai 8 sebagai prasyarat untuk mengikuti kerja magang dan kemudian beberapa KM lainnya digunakan sebagai prasyarat mengikuti sidang magang. Salah satu faktor penulis diterima bekerja di tempat magang ini berdasarkan pengalaman kerja sebelumnya, karena penulis sempat bekerjasama sebelumnya, sehingga transkrip nilai tidak diperlukan, tapi

tetap memberikan *CV* dan *Portofolio*. Prosedur kerja dalam Dorado dimana waktu sangatlah fleksibel, membuat penulis bisa bersiap-siap dahulu tanpa ada ketinggalan apapun. Mereka yang tidak ingin mengekang karyawannya dengan batasan apapun, karena mereka yakin bahwa dengan memperlakukan manusia secara manusiawi maka hasil yang diberikan akan bagus.

Uniknya dari perusahaan ini adalah mereka memiliki *motto* yaitu “setiap pekerjaan yang diproduksi harus memberikan 110%, dimana angka 100 hanya memuaskan tapi 110 lebih memuaskan.” Dengan adanya *motto* ini, maka semua karyawan baik Dreambox dan Dorado selalu memberikan hasil terbaik dari pekerjaan mereka, sehingga pekerjaan yang dilakukan tidak sekedar kelar, tetapi juga berkesan untuk semua klien. Rasa kekeluargaan yang tinggi di perusahaan ini, membuat kita sebagai karyawan magang tidak merasa tertekan karena orang-orang yang asik dan seru.

### **1.3.2. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Pihak perusahaan tempat kerja magang diharuskan memberikan surat penerimaan kerja kepada pihak Universitas. Penulis aktif bekerja oleh perusahaan Dorado Digital Activation Agency pada tanggal 12 Februari 2019, tetapi penulis sudah mendapat surat penerimaan kerja dari tanggal 4 Februari 2019. Penulis juga mengisi formulir sebagai bukti kegiatan kerja magang selama 3 bulan kedepan. Menjelang kerja magang telah usai, pembimbing lapangan diminta untuk mengisi Lembar Penilaian Kerja Magang. Waktu operasional kerja di Dorado yaitu jam 09:00 – 18:00, dengan waktu kerja yang fleksibel, maka penulis bisa datang jam berapa saja, tapi sebagai anak magang, penulis datang jam 09:00 dan paling telat jam 11:00.