

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Secara pribadi, Penulis menggunakan dan membeli perangkat-perangkat elektronik di mall elektronik dari gerai yang tersedia. Dari masing-masing gerai, *Agres.id Jogjatronik* mampu menjelaskan informasi produk yang mereka bawakan ke pembeli dengan baik sehingga pembeli memiliki rasa percaya dengan suatu produk yang akan mereka beli. Dengan banyaknya informasi-informasi yang mereka salurkan kepada calon pembeli. Penulis ingin terlibat dalam bagaimana cara kreatif *Agres.id Jogjatronik* dalam menarik minat calon pembeli untuk membeli produk tersebut.

Menurut Wijayanti (2020), promosi adalah sebuah bagian dari aktivitas pemasaran suatu produk yang bertujuan untuk menyakinkan konsumen akan produk tersebut. Dengan adanya aktivitas ini, keberhasilan dari produk ditentukan. Wijayanti menambahkan aktivitas pemasaran harus memiliki strategi pemasaran yang berkaitan dengan segmentasi, targetting dan positioningnya. Asri (2003) mengatakan bahwa kegiatan promosi memiliki tiga fungsi yaitu; memberikan informasi tentang produk yang ditawarkan, membujuk calon konsumen untuk memakai produk tersebut dan mengingatkan calon konsumen mengenai informasi produk.

Menurut Landa (2014) design grafis merupakan komunikasi dengan konsep visual mengenai informasi-informasi yang akan disajikan kepada target. Design grafis ialah ide-ide visual yang direferentasikan melalui kreasi, seleksi dan kumpulan elemen visual. Belt (2014) menambahkan fotografi adalah melukis dengan cahaya. Dengan adanya cahaya maka terciptalah exposure, Belt mengatakan kita dapat menggambarkan dunia langsung melalui fotografi.

Penulis memiliki ketertarikan desain grafis terkhusus pada bidang fotografi. *Agres.id Jogjatronik* memerlukan media-media yang memuat informasi yang dipadukan dengan visual sehingga dapat menarik perhatian calon konsumen. Hasil

media-media ini menggunakan fotografi yang digunakan untuk mengetahui secara langsung produk yang ingin diinformasikan. Salah satu media dalam menginformasikan produk yaitu menggunakan menggunakan *livestream*.

Agres.id Jogjatronik memilih *livestream* sebagai salah satu media untuk menginformasikan produknya karena memiliki tujuan untuk berinteraksi dengan calon konsumennya. Di samping itu, *livestream* ini tidak hanya sekedar menginformasikan produk tetapi juga membagikan hadiah-hadiah dengan pertanyaan seputar produk sehingga para calon konsumen dapat mengerti lebih dalam tentang produk yang dihadirkan. *Livestream* tidak hanya bertujuan untuk menginformasikan produk dari *Agres.id Jogjatronik* tapi juga membangun relasi dengan beberapa *vendor* sehingga dapat menjalin kerjasama.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Dalam melaksanakan program magang ini, Penulis bermaksud untuk menerapkan ilmu-ilmu yang diperoleh semasa kuliah ke dunia kerja serta salah satu syarat kelulusan dari Universitas Multimedia Nusantara untuk memperoleh gelar sarjana desain. Pada masa magang ini, Penulis mendapat pembelajaran dalam meningkatkan kemampuan komunikasi baik dalam tim dan luar divisi, mengatur manajemen waktu agar semua dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu serta betapa pentingnya kejujuran baik antar anggota tim dan divisi. Kejujuran ini sangat penting karena bertujuan untuk menciptakan rasa saling percaya. Kejujuran menjadi salah kunci untuk membangun komunikasi yang baik antar divisi.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Selama proses magang berlangsung, Proses magang ini diatur dengan beberapa ketentuan yang diatur oleh Universitas Multimedia Nusantara. Berikut beberapa ketentuan yang telah diatur:

1.3.1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melaksanakan program magang di kantor dengan jam kerja perharinya yaitu 10 jam. Jam kerja Penulis dimulai dari jam 10 pagi hingga jam 8 malam. Penulis masuk kantor yang berada di Jogjatronik Mall Lt 2. Jogjatronik Mall terletak di Jalan

Brigjend Katamso no 75-77, Yogyakarta. Dalam seminggu, Penulis bekerja selama 6 hari kerja dengan 1 hari libur yaitu pada hari Minggu. Pelaksanaan program magang penulis dimulai dari tanggal 1 April 2021-10 Mei 2021 dengan 36 hari kerja. Penulis ditempatkan di divisi marketing untuk *Agres.id Jogjatronik*.

1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis memulai proses magang dengan mengikuti ketentuan yang telah berlaku di Universitas Multimedia Nusantara. Proses magang bermula dari Penulis mengajukan KM-01 dengan mengisi beberapa opsi perusahaan yang telah Penulis pilih ke bagian administrasi Universitas Multimedia Nusantara. Bagian administrasi Universitas Multimedia Nusantara kemudian memverifikasi opsi perusahaan yang telah Penulis pilih dan mengirimkan beberapa opsi perusahaan yang telah terverifikasi ke Penulis.

Penulis mengirimkan *curriculum vitae* dan portofolio ke perusahaan pada tanggal 22 Maret 2021 dan dipanggil oleh pihak perusahaan untuk melakukan wawancara pada tanggal 27 Maret. Penulis memulai magang di *Agres.id Jogjatronik* pada tanggal 1 April. Penulis kemudian mengirimkan surat keterangan magang ke bagian administrasi Universitas Multimedia Nusantara yang digunakan untuk memberitahu bahwa Penulis sudah diterima magang di perusahaan. Penulis mendapatkan surel dari bagian administrasi Universitas Multimedia Nusantara yang berisikan tata cara pengisian untuk KM-03 hingga KM-07 yang merupakan berkas – berkas magang yang perlu dilengkapi pada masa program magang berlangsung.

Pada proses magang berlangsung. Penulis mendapatkan brief dari pembimbing lapangan. Sebelum mengerjakan brief yang telah diberikan, pembimbing lapangan berdiskusi terlebih dahulu dengan Penulis agar memiliki persepsi yang sama sehingga terhindar dari miskomunikasi. Setelah menyamakan persepsi, Penulis mengerjakan brief yang ada sesuai dengan arahan pembimbing lapangan. Jika Penulis telah menyelesaikan atau memiliki suatu keraguan dengan brief, Penulis melakukan konsultasi ke pembimbing lapangan.