

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kingsnorth (209) menjelaskan bahwa *Digital Marketing* merupakan sesuatu yang tidak pernah berhenti berkembang. Proses *Digital Marketing* terus dijalani oleh berbagai macam organisasi dan perusahaan selama beberapa dekade. Hal ini terjadi karena *Digital Marketing* berjalan selaras dengan arah perjalanan dunia modern (hlm. 5-6). Diamond & Deiss (2019) juga menyatakan bahwa terhitung pada tahun 2018, terdapat 4,2 miliar pengguna internet aktif, dan di antaranya terdapat 3,4 miliar pengguna media sosial. Sehingga apapun bisnis yang sedang berjalan, cara menjangkau konsumen yang paling efektif adalah secara *online*. (hlm. 1)

Belajar dari sana, penulis menyadari bahwa selain dalam dunia perfilman, penulis juga memiliki rasa ketertarikan yang besar terhadap bisnis dan *Digital Marketing*. Maka untuk mempelajari tentang hal tersebut lebih lanjut, penulis memutuskan untuk melakukan proses magang di sebuah perusahaan *Digital Marketing* yaitu U-Studio, dengan posisi sebagai seorang *Intern Copywriter*. Penulis memilih untuk mengambil posisi sebagai *Intern Copywriter* karena selama menjalani perkuliahan, menulis adalah salah satu hobi penulis. Maka dari itu, penulis memutuskan untuk memanfaatkan hobi tersebut menjadi sesuatu yang berguna bagi diri penulis.

Sebagaimana Bly (2020) menjelaskan, tujuan utama periklanan bukanlah untuk menciptakan sesuatu yang indah, disukai, dan memenangkan banyak penghargaan, namun untuk menjual produk. Iklan merupakan sebuah alat untuk mencapai suatu tujuan, yaitu meningkatkan penjualan dan keuntungan. Bly menjelaskan, bahwa Judith Charles dari *Judith K. Charles Creative Communication* pernah mengatakan bahwa seorang copywriter adalah seorang pedagang di balik mesin tik (hlm. 17-18). Menjadi seorang *Copywriter* yang sesuai dengan penjelasan tersebut merupakan keinginan penulis sejak lama, dan itulah mengapa penulis memutuskan untuk mencoba menjadi seorang *Copywriter*

di U-Studio, karena penulis percaya bahwa U-Studio adalah sebuah kantor *agency* professional yang sudah memiliki banyak pengalaman dalam menangani produk-produk milik perusahaan besar, yaitu Unilever. Sebagaimana dijelaskan oleh Webb (2015), visi yang mendorong kita haruslah sama dengan visi yang mendorong kita ke klien. (hlm. 15)

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Praktik kerja magang yang dilakukan oleh penulis memiliki maksud dan tujuan sebagai berikut:

1. Mendapatkan pengalaman kerja di dunia kerja profesional dan mempelajari banyak hal baru.
2. Mengasah kemampuan berpikir kreatif yang selama ini sudah dipelajari di dunia perkuliahan.
3. Melatih diri untuk berkomunikasi dengan lebih formal, teratur dan efisien.
4. Memperluas relasi, khususnya di dunia kreatif, untuk membuka jalan selebar mungkin untuk ke depannya.
5. Sebagai salah satu syarat wajib dalam meraih gelar sarjana.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis memulai praktik kerja magang pada tanggal 22 Februari 2021, dan masa praktik berakhir pada tanggal 22 April 2021. Penulis melakukan praktik kerja magang dari rumah dikarenakan kantor tempat penulis melakukan praktik magang masih memberlakukan sistem *Work From Home*. Penulis bekerja setiap hari Senin-Jum'at, mulai dari jam 9 pagi hingga 6 sore. Proses bekerja dilakukan menggunakan surel, *online documents*, aplikasi *Whatsapp*, dan aplikasi *Zoom*. Walaupun proses bekerja dilakukan secara *online*, U-Studio tetap mampu melakukan proses bekerja dengan sangat efektif.

Untuk proses pelamaran kerja magang itu sendiri, penulis melakukannya sesuai dengan prosedur yang diberlakukan oleh Universitas Multimedia Nusantara, yaitu dengan mengajukan KM-1 terlebih dahulu. Setelah mendapatkan persetujuan untuk melamar ke U-Studio, penulis mendapatkan surat KM-2 yang

merupakan surat pengantar magang. Surat tersebut penulis lampirkan bersamaan dengan CV dan portofolio dalam surel lamaran. Setelahnya, penulis melakukan interview bersama pihak U-Studio. Setelah resmi diterima, penulis mendapatkan surat keterangan dari U-Studio bahwa penulis resmi melakukan praktik kerja magang di sana.

Selama melakukan praktik kerja magang, penulis bekerja di bawah bimbingan dari mentor/pembimbing lapangan, yang merupakan seorang *Content Creator* di U-Studio. Penulis juga diberi penjelasan mengenai hal-hal yang penulis belum pahami tentang *Digital Marketing* dan arahan tentang apa saja yang penulis harus kerjakan. Penulis mengerjakan beberapa *project*, seperti membuat PRM, copy/suppers, dan *translation* untuk produk-produk dari Unilever seperti Pepsodent, POND'S, Paddlepop, Zwitsal, dan lain-lain. Setelahnya, hasil kerja penulis akan diperiksa oleh senior-senior yang bersangkutan.