

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan industri periklanan di Indonesia tidak luput dipengaruhi oleh globalisasi dan perkembangan teknologi yang pesat. Kemajuan ini kemudian membuat industri periklanan harus mampu untuk beradaptasi dengan berbagai media baru yang hadir, misalnya kehadiran media sosial dengan *digital advertising*-nya yang mulai menggeser media konvensional. Menurut laporan 2019 Global Ad Trends dari Pubmatic yang dilansir dari Harianjogja (Fauzan, 2019), nilai ekonomi periklanan di Indonesia diprediksi akan meningkat 7,9% dari tahun sebelumnya yakni di angka seratus lima triliun rupiah. Laporan yang sama juga menunjukkan bahwa pengeluaran yang dihabiskan untuk keperluan periklanan di Indonesia pada tahun 2019 meningkat 26% dibandingkan dengan tahun lalu. Hal ini membuktikan bahwa industri periklanan di Indonesia terus mengalami peningkatan dan kemajuan setiap tahunnya.

Kemajuan tersebut kemudian mendorong perusahaan dari berbagai sektor bisnis berlomba-lomba menyuguhkan iklan serta kampanye yang unik dan kreatif untuk menarik konsumen. Namun, tidak semua perusahaan memiliki tim kreatif internal yang dapat mewujudkan hal tersebut, oleh sebab itu perusahaan membutuhkan bantuan jasa agensi periklanan.

Menurut Roetzer (2012, p. 1), agensi periklanan dapat beradaptasi serta menyediakan layanan digital yang didukung dengan metode tradisional sehingga dapat mengeksekusi sebuah kampanye dengan efektif. Agensi juga dapat menciptakan dan mempertahankan berbagai aliran pendapatan perusahaan yang beragam melalui berbagai macam layanan seperti konsultasi, pelatihan, edukasi, publikasi, dan perangkat lunak. Agensi periklanan juga bekerja dengan efisien dan produktivitas yang tinggi

sehingga orientasinya adalah pada dampak (*outcome*), bukan pada hasil (*output*) semata. PT Hardana Widya Mahir atau yang dikenal dengan Hybrid:H merupakan salah satu agensi periklanan dibawah naungan Hakuhodo Network Indonesia. Sebagai agensi periklanan, Hybrid:H menyediakan jasa membuat konsep, strategi, hingga produksi iklan bagi perusahaan.

Iklan sendiri merupakan salah satu komponen dari *Integrated Marketing Campaign* (IMC). Clow & Baack (2018, p. 25) dalam bukunya mengatakan bahwa IMC merupakan hasil koordinasi dan integrasi dari seluruh alat komunikasi pemasaran, jalan, dan sumber dari suatu perusahaan ke dalam program-program tak terbatas yang dirancang untuk memaksimalkan dampak terhadap konsumen dan *stakeholders* lainnya. Program-program IMC tersebut berdasarkan Belch & Belch (2018, p. 16) antara lain; periklanan (*advertising*); pemasaran secara langsung (*direct marketing*), pemasaran digital/internet (*digital / internet marketing*); promosi penjualan (*sales promotion*); publisitas / hubungan masyarakat (*publicity / public relations*); dan penjualan personal (*personal selling*). Oleh sebab itu, agar komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan efektif dan dapat menghasilkan dampak positif bagi konsumen dan seluruh *stakeholders*-nya, perlu disusun strategi periklanan dengan sedemikian rupa sebagai salah satu program *integrated marketing campaign*.

Berdasarkan jenis jasa yang ditawarkan, Wells, Burnett, dan Moriarty dalam Kriyantono (2013, p. 64) menyatakan terdapat dua tipe agensi periklanan, yaitu *full-service agencies & specialized agencies*. *Full-service agencies* menyediakan berbagai jasa untuk beriklan, mulai dari *account management, creative service, media buying, account planning* (untuk riset), hingga proses kampanye. Namun selain jasa-jasa yang telah disebutkan, tidak menutup kemungkinan bahwa agensi ini juga menyediakan beberapa layanan promosi iklan lainnya. Sedangkan *specialized agencies* melayani aspek yang lebih khusus dalam beriklan. Misalnya jasa yang diberikan adalah khusus untuk membuat produksi seni

(*production art*), membuat tulisan (*writing copy*), atau pembelian media (*media buying*).

PT Hardana Widya Mahir (Hybrid:H) yang termasuk dalam kategori *full-service agency* yang telah berdiri di Indonesia sejak tahun 2016. *Hybrid:H* merupakan bagian dari Hakuhodo Network Indonesia yang telah menyabet berbagai penghargaan baik dalam skala nasional maupun internasional. Hybrid:H sendiri termasuk salah satu finalis kuat untuk nominasi '*Content Marketing Agency of the Year*' dan '*Integrated Marketing Agency of the Year*' dalam ajang *Indonesian Agency of the Year 2019*. Selain itu, Hybrid:H juga menjadi salah satu agensi yang mendorong keberhasilan Hakuhodo Network Indonesia masuk ke dalam jejeran 25 agensi periklanan paling kreatif di Asia (*The Hottest Agencies in Asia*) pada tahun 2018 silam. Selama masa pandemi, Hybrid:H tetap beroperasi dengan beberapa penyesuaian sistem kerja.

Dalam setiap agensi periklanan tentu saja terdapat beberapa divisi dengan posisi serta peran yang berbeda-beda sesuai dengan keahlian di bidangnya, salah satunya adalah peran *copywriter* yang biasanya berada dalam departemen kreatif. *Copywriters* adalah orang-orang yang menyusun ide untuk iklan dan menulis *headline*, *subhead*, *body copy*, serta bertanggung jawab terhadap pesan yang disampaikan kepada audiens (Guolla, Belch, & Belch, 2017, p. 39). Tugas seorang *copywriter* tidak hanya menulis, namun *copywriter* juga harus memiliki kemampuan menyusun strategi dibalik tulisan yang ia buat. Dengan strategi penulisan yang baik, seorang *copywriter* dapat meyakinkan audiens untuk mengambil tindakan (Hernandez, 2017, p. 129). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tugas dari seorang *copywriter* ialah menyampaikan pesan secara efektif kepada audiens melalui kata-kata dalam bentuk tulisan maupun lisan sehingga mencapai dampak yang diinginkan. Oleh sebab itu, kesempatan melakukan praktik kerja magang di Hybrid:H sebagai *copywriter* dalam tim kreatif akan dimanfaatkan sebaik mungkin.

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

Maksud dan tujuan dilaksanakannya praktik kerja magang ialah agar mahasiswa dapat menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama masa perkuliahan secara nyata di dunia kerja. Adapun tujuan kerja magang sebagai *Copywriter Intern* di PT Hardana Widya Mahir (Hybrid:H) adalah:

1. Menerapkan ilmu yang telah di dapat selama masa perkuliahan ke dalam dunia kerja yang sesungguhnya.
2. Menambah pengetahuan dan pengalaman kerja sebagai seorang *copywriter* di sebuah agensi periklanan.
3. Mengetahui sistem, alur, dan lingkungan kerja suatu agensi periklanan.

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

### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Praktik kerja magang merupakan salah satu program yang wajib dilaksanakan oleh mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara di semester tujuh. Durasi waktu kerja magang minimal 60 hari kerja yang harus terbagi menjadi tiga bulan, dimulai tanggal 1 September 2020 sampai dengan 1 Desember 2020 dengan sistem *Work from Home*. Jadwal kerja yang ditetapkan oleh Hybrid:H adalah sebagai berikut:

Hari kerja: Senin - Jumat

Jam kerja: 10.00 - 19.00 WIB

Namun tidak menutup kemungkinan jam kerja dimulai lebih siang dan berakhir lebih malam tergantung pukul berapa tugas mulai diberikan dan sistem *Work From Home* yang membuat mentor tidak *available* setiap waktu karena sedang berada dalam *meeting* lain.

### 1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Kesempatan magang di Hybrid:H sebagai *Copywriter Intern* dalam Tim Kreatif diperoleh dengan melalui beberapa prosedur, yaitu:

1. Telah memenuhi syarat untuk mengambil mata kuliah *Internship*, yaitu telah lulus mata kuliah sekurang-kurangnya 110 SKS tanpa nilai E dan F; nilai D maksimal 2 mata kuliah; nilai IPK tidak kurang dari 2,50; dan mengikuti pembekalan kerja magang yang diadakan oleh prodi Fakultas Ilmu Komunikasi.
2. Berpartisipasi dan memenangkan peringkat ke 2 lomba PRIDE 2020 kategori *Integrated Campaign* yang berhadiah magang di Hybrid:H.
3. Mengambil mata kuliah *Internship* ketika KRS pada tanggal 11 Agustus 2020
4. Mengirimkan *Curriculum Vitae* (CV) dan portofolio kepada Hybrid:H dan mengajukan KM-01 agar mendapatkan persetujuan dari prodi ilmu komunikasi.
5. Hybrid:H memberikan surat penerimaan dengan rincian posisi dan durasi magang.
6. Mengunggah surat penerimaan ke [my.umn.ac.id](http://my.umn.ac.id) pada bagian *Internship*>*Pre- Internship* > *Input Form KM-01/Final Comp.*
7. Melaksanakan praktik kerja magang di Hybrid:H dengan posisi *copywriter intern* pada Divisi Kreatif.
8. Melakukan penyusunan laporan magang yang dipandu oleh dosen pembimbing, mengikuti minimal empat kali bimbingan magang, mengisi pendaftaran siding magang, dan mempertanggung jawabkan laporan pada sidang magang.

### **1.3.3 Penyelesaian Kerja Magang**

Setelah penyelesaian kerja magang selama kurang lebih tiga bulan dan formulir kartu magang 01 sampai 06 sudah diurus kelengkapannya, dilakukan konsultasi kepada dosen pembimbing magang untuk membuat laporan kerja magang sebagai syarat kelulusan mata kuliah *Internship* di semester tujuh. Setelah laporan kerja magang telah disetujui oleh dosen pembimbing magang, laporan akan dipresentasikan dalam sidang magang pada waktu yang telah ditetapkan.