



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Pada tahun 2018 subsektor ekonomi kreatif memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian nasional dengan menyumbangkan 7,44 persen terhadap produk domestik bruto (PDB), 14,28 persen tenaga kerja, dan 13,77 persen ekspor. Lalu ditemukan juga ada 4 sub sektor dengan pertumbuhan tercepat yaitu TV dan radio; film, animasi, dan video; seni pertunjukan; dan desain komunikasi visual (Prakoso, 2021).

Salah satu yang mempengaruhi perekonomian kreatif yang ada di Indonesia adalah industri agensi digital kreatif. Perusahaan agensi digital kreatif adalah perusahaan yang melayani, memberikan layanan untuk membuat sebuah iklan untuk konsumen yang membutuhkan. Layanan yang diberikan oleh digital kreatif pasti memiliki tujuan agar produk atau jasa yang dihasilkan atau diberikan oleh klien dapat mengalami peningkatan permintaan sehingga dapat meningkatkan omset sesuai dengan harapan klien (Brights Star, 2016).

Agensi digital kreatif memberikan beberapa manfaat dalam perusahaan khususnya bagian produk seperti: (Brights Star, 2016)

1. Perusahaan Agensi digital kreatif mampu melayani klien sesuai dengan permintaan untuk mempromosikan produk dan layanan klien.
2. Perusahaan Agensi digital kreatif dapat membantu klien sehingga dapat meningkatkan keuntungan atau bahkan meningkatkan omset.
3. Harga layanan dari perusahaan Agensi digital kreatif dapat disesuaikan dengan budget klien sendiri.

Perusahaan Agensi digital kreatif memberikan layanan service berupa: (Brights Star, 2016)

1. Account Executive, memiliki fungsi sebagai media untuk menyalurkan jasa perusahaan creative agency. Dalam hal bidang ini menangani

bagian pemasaran bahwa perusahaan dapat memiliki banyak klien dan bahkan mendapatkan klien baru.

2. Desain Kreatif, desain kreatif adalah bidang yang membuat rancangan atau desain yang diinginkan oleh klien. Di bidang bagian desain kreatif harus mampu menangani dengan baik sesuai dengan melihat klien.
3. Media, yang bertanggung jawab untuk instalasi, penentuan klien media iklan yang dipilih, jadwal penampilan, sampai penentuan harga. Bidang media untuk menangani perencanaan media dan media perencana pembeli untuk pembayaran pembeli.
4. Riset Pemasaran, menangani tentang kondisi pasar, pasar pesaing, rating iklan sampai respon dari masyarakat mengenai produk dan layanan dari diiklankan.
5. Konsultan pasar, konsultan pasar berurusan dengan bagaimana mendefinisikan produk, desain kemasan, harga produk dan sebagainya sehingga dapat bersaing di pasar.

Industri Agensi digital kreatif tidak hanya khusus pada marketing, desain komunikasi visual dan IT, tetapi bidang ini dapat dimasukkan siapa saja khususnya *entrepreneur*. *Entrepreneur* adalah mereka ambil dalam mengejar bisnis baru, inovasi, atau bentuk usaha lain. Sebagai gantinya untuk mengambil risiko itu, mereka sering mendapat untung paling signifikan dari kesuksesan perusahaan mereka (BSI Entrepreneur Center, 2016).

Peran *entrepreneur* dalam industri kreatif agensi melakukan kegiatan kreativitas dan inovasi menciptakan perubahan dengan memanfaatkan peluang dan sumber-sumber yang ada untuk menghasilkan nilai tambah bagi diri sendiri dan orang lain serta memenangkan persaingan (entrepreneurship terangbangsa, 2016). Dalam *Entrepreneurship* salah satu pekerjaan yang mereka gunakan yaitu riset pasar. Riset pasar dalam kreatif agensi digunakan untuk mengetahui pasar yang sedang trending saat ini dan membuat pengiklanan yang bagus untuk produk tersebut. (BSI Entrepreneur Center, 2016)

Riset pemasaran bagaikan mata dan telinga bagi perusahaan untuk mengetahui bagaimana pandangan konsumen terhadap produk dan layanan perusahaan. Selain itu riset pemasaran juga bisa menghasilkan ukuran-ukuran yang menjadi patokan seberapa besar performa produk dan layanan dibanding pesaing-pesaingnya. Dengan menggunakan riset pemasaran, pemasar di perusahaan memiliki indikator-indikator yang kuat, tidak sekedar intuisi, karena informasi yang dihasilkan dari riset pemasaran berdasarkan berbagai metodologi dan pendekatan yang sistematis dan terstruktur (Ali, 2021).

Selain itu riset pemasaran berguna untuk meminimalkan resiko. Resiko bisa diminimalisir dengan melakukan target pemasaran, bukan berarti resiko akan hilang dan bisnis menjadi sukses 100%, namun, resiko-resiko dari faktor luar seperti kurangnya daya jual bisa diatasi dengan hal ini. Riset pemasaran juga dapat melakukan rencana atau strategi jangka Panjang, Karena telah memiliki dasar-dasar yang jelas, maka menentukan langkah bisnis kedepannya pun menjadi semakin terarah. Pembuatan rencana jangka panjang bagi bisnis pun menjadi lebih mudah. (Gie, 2019)

Peran *entrepreneurship* juga menghadirkan inovasi bagi produk pada klien. inovasi memberikan ide baru baru baik dari segi produk, teknologi, pasar, kualitas barang dan lain sebagainya. (simulasikredit, 2021)

Inovasi dapat berkaitan dengan memodifikasi model bisnis dan beradaptasi dengan perubahan untuk menciptakan produk atau layanan yang lebih baik dan unggul. Tanpa melakukan inovasi, bisnis akan terasa kurang menarik dan kurang diminati. Perusahaan maju dan berkembang adalah perusahaan yang selalu berinovasi. (Fittri, 2020)

Inovasi juga menarik konsumen, tak bisa dipungkir kelangsungan bisnis atau usaha sangatlah bergantung kepada konsumen. Kebutuhan konsumen merupakan salah satu hal penting yang harus diperhatikan oleh pemilik usaha. Kebutuhan konsumen yang berubah-ubah mengharuskan perusahaan untuk melakukan berbagai inovasi dalam berbisnis demi menghadirkan kepuasan di hati

konsumen. Seiring perkembangan zaman, minat konsumen pun akan ikut berubah. Perusahaan juga perlu mengikuti perkembangan tersebut dengan menghadirkan berbagai inovasi. Namun, jangan sampai lupa pada akhirnya minat konsumen dan pangsa pasar merupakan hal utama yang perlu diperhitungkan (Machung, 2020).

Inovasi juga membangkitkan motivasi kreasi pada pemilik usaha. Bayangkan saja, jika usaha yang Anda miliki tidak melakukan inovasi. Rasa jenuh dan bosan akan membuat pemilik usaha menjadi kurang kreatif. Dengan melakukan inovasi dalam berbisnis, pemilik usaha akan lebih bergairah untuk terus mengembangkan bisnisnya. Sebagai dampak positif, tentu produk yang dihasilkan pun akan lebih bervariasi dan berkembang (Machung, 2020).

Perusahaan untuk melakukan inovasi pada produk perlu adanya validasi ide produk. Validasi ide adalah proses pengujian sebelum meluncurkan nama bisnis, slogan, produk, layanan, atau situs web Anda. Ini seperti proses penelitian dan pengembangan yang digunakan perusahaan besar untuk menguji ide produk sebelum dirilis ke masyarakat umum (Jurnal Entrepreneur, 2021)

Pentingnya melakukan validasi yaitu menghindari waktu yang terbuang dan mengeluarkan biaya yang percuma. Sudah terlalu banyak orang yang mendirikan startup atau merintis usaha yang tidak pernah memiliki pasar. (Annisa, 2020)

Validasi juga memberikan manfaat kepada perusahaan seperti: (Karim, 2021)

1. Peningkatan akurasi karena mengurangi resiko kesalahan atau kekeliruan dari error dalam data penelitian.
2. Memberikan kemudahan penggunaan yang lebih besar karena membatasi pilihan untuk dipilih dengan hanya menampilkan pilihan-pilihan penting atas data penelitian yang mampu dihadirkan.

Pelaksanaan kegiatan praktek kerja magang pada industri digital yang terus berkembang dan menjadi sangat penting, penulis sebagai *entrepreneurship* melakukan kerja praktek magang di industri digital kreatif agensi yang berfokus pada riset pemasaran, pengembangan proyek dan melakukan pembuatan desain

proposal. Hal ini membuat penulis tertarik akan industri kreatif agensi dan ingin mencoba mendapatkan pengalaman bekerja pada industri kreatif agensi.

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

### **1.2.1 Maksud Kerja Magang**

Maksud dari kegiatan kerja magang ini untuk memenuhi penilaian mata kuliah internship, dengan bobot 4 SKS dan sebagai salah satu syarat kelulusan (S1) dari Universitas Multimedia Nusantara. Mahasiswa diwajibkan melakukan kegiatan kerja magang minimal 60 hari kerja, yang diharapkan dapat menjadi bekal dan wawasan mahasiswa saat memasuki lingkungan dunia kerja nyata

Kegiatan kerja magang diharapkan dapat menjadi media penulis dalam menerapkan dan mengimplementasikan teori-teori yang telah dipelajari pada saat perkuliahan ke dalam dunia kerja nyata. Penulis juga berharap dapat berkontribusi dalam proses pelaksanaan kerja di PT Global Digital Artha.

### **1.2.2 Tujuan Kerja Magang**

Tujuan dari pelaksanaan kegiatan kerja magang di PT Global Digital Artha adalah sebagai berikut:

- a. Memperoleh wawasan dan pengembangan ilmu yang akan dibutuhkan dalam dunia kerja.
- b. Menerapkan teori dan ilmu yang telah dipelajari selama perkuliahan ke dunia kerja.
- c. Memahami dinamika kerja dari PT Global digital Artha serta dalam proses kerja.
- d. Mengetahui dan mempelajari proses pengembangan bisnis dalam proyek ide bisnis.
- e. Memenuhi sebagai salah satu syarat kelulusan (S1) dari Universitas Multimedia Nusantara.
- f. Mempelajari yang terjadi di lapangan kerja untuk dapat menyelesaikan lapangan masalah.

### 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

#### 1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja magang

Pelaksanaan kerja magang dilaksanakan sesuai perjanjian yang telah ditentukan. Dari bulan Juli 2021-Oktober 2021. Berikut merupakan data pelaksanaan kegiatan kerja magang yang dilakukan oleh penulis:

Nama Perusahaan	: PT Global Digital Artha
Bidang Usaha	: Creative Agency Indonesia
Waktu Pelaksanaan	: 26 Juli 2021- 29 Oktober 2021
Hari Kerja	: Senin-jumat
Waktu Kerja	: 08.00-17.00 WIB
Posisi Magang	: Internship
Alamat	: Ruko De Mansion Blok D no 6, Alam Sutera Tangerang -Indonesia

#### 1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja magang

Dalam Prosedur Pelaksanaan kerja magang penulis melakukan 3 tahap

##### A. Tahap pengajuan

Pada tahap pengajuan, prosedur pelaksanaan sebagai berikut:

- Penulis mencari dan melakukan sendiri untuk mendapatkan tempat dan posisi kerja magang yang sedang dibuka dengan minimal syarat 3 bulan atau 60 hari kerja dengan disesuaikan peminatan yang dipilih oleh penulis. Penulis berusaha mencari lowongan pekerjaan melalui berbagai sumber seperti *indeed*, *kalibrr*, *jobstreet* dan mengikuti event yang dibuat CDC UMN *Career day 2021* untuk mencari lowongan pekerjaan. Dan Indeed PT Digital Artha membuka lowongan pekerjaan.
- Penulis sebagai mahasiswa mengajukan permohonan secara langsung melalui email, karena PT Digital Artha tidak membuka lowongan yang sesuai di posisi tertentu akan tetapi PT Digital Artha langsung merespon

email tersebut dan langsung mengontak penulis melalui nomor Whatsapp dan dilakukan interview secara singkat. Isi dari interview tersebut adalah keinginan jobdesk dari sang penulis, tanggal mulai kerja magang dan berkas yang diperlukan. Berkas yang diperlukan untuk SOP (Standard Operating Procedure) seperti KTP, dan Transkrip nilai, diperlukan juga surat pengantar magang dari kampus (Form KM-01)

- Untuk menyelesaikan Form KM-01 penulis mengemail dan mengisi data yang diperlukan dan disetujui oleh Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par., MM., CSCP selaku ketua prodi manajemen di Universitas Multimedia Nusantara.
- Penulis memberikan Form KM-01 ke perusahaan sebagai bentuk atas perizinan kerja magang, kemudian mendapatkan balasan dari perusahaan atas penerimaan magang yang menjadi Form KM-02.
- Apabila penulis telah memenuhi keseluruhan persyaratan kerja magang akan dapat memperoleh: kartu kerja magang, formulir kehadiran kerja magang, formulir realisasi kerja magang dan formulir laporan penilaian kerja magang, berkas tersebut dapat diperoleh dari my.umn.ac.id.
- Program studi menunjukkan seorang dosen pada kegiatan kerja magang sebagai pembimbing magang, penulis di bimbim langsung oleh Ir. Arief Isyawariyasi, M.sc., Ph.D.

#### B. Tahap pelaksanaan

Pada tahapan pelaksanaan, prosedur pengerjaan magang sebagai berikut:

- Sebelum penulis melakukan kerja magang di perusahaan, penulis diwajibkan untuk menghadiri pembekalan kerja magang yang diselenggarakan oleh bagian Karir UMN bersama dengan program studi.
- Penulis bertemu dengan dosen pembimbing untuk pembekalan teknis dilapangan dan melaksanakan kerja di bawah bimbingan karyawan tetap dalam perusahaan tersebut. yang selanjutnya disebut pembimbing lapangan. Dalam periode ini penulis belajar bekerja dan menyelesaikan pekerjaan yang diberikan pembimbing lapangan. Untuk menyelesaikan

tuga yang diberikan penulis berbaur dengan karyawan, staff dan melakukan berdiskusi langsung kepada pembimbing lapangan.

- Penulis mengikuti semua peraturan yang berlaku di perusahaan atau budaya tempat pelaksanaan kerja magang.
- Penulis bekerja minimal di satu bagian tertentu perusahaan yang sesuai dengan studinya, menuntaskan tugas yang diberikan dari pembimbing lapangan. Penulis mencoba memahami adaptasi penyesuaian teori dan konsep yang di perkuliahan dengan terapan praktik.

### C. Tahap akhir

Pada tahapan akhir, prosedur pengajuan kerja magang yang dilaksanakan adalah sebagai berikut:

- Setelah selesai kerja magang di perusahaan, penulis menyajikan temuan serta aktivitas yang dikerjakan selama kegiatan kerja magang dalam Laporan Kerja Magang dengan bimbingan dosen pembimbing pembuatan laporan kerja.
- Laporan kerja magang disusun sesuai dengan standar format dan struktur laporan kerja magang Universitas Multimedia Nusantara.
- Penulis mengikuti proses bimbingan minimal 6 kali dengan mengisi formulir konsultasi magang yang ditandatangani oleh dosen pembimbing pembuatan laporan magang yang ditandatangani oleh dosen pembimbing pembuatan laporan magang dan memantau laporan final sebelum mengajukan permohonan ujian kerja magang. Laporan kerja magang harus mendapatkan pengesahan dari dosen pembimbing dan diketahui oleh ketua program studi. Penulis menyerahkan laporan kerja magang kepada pembimbing lapangan dan meminta pembimbing lapangan mengisi formulir penilaian pelaksanaan kerja magang.
- Pembimbing lapangan mengisi formulir kehadiran kerja magang terkait dengan kinerja penulis selama melaksanakan kerja magang dan memberikan surat keterangan perusahaan yang menjelaskan bahwa penulis mahasiswa yang bersangkutan telah menyelesaikan tugasnya dan

hasil penilaian yang disah diisi dan ditandatangani oleh pembimbing lapangan di perusahaan.

- Setelah penulis melengkapi persyaratan ujian kerja magang, koordinator kerja magang menjadwalkan ujian kerja magang. Penulis menghadiri ujian kerja magang dan mempertanggung-jawabkan laporan pada ujian kerja magang, melaksanakan sidang magang sebagai salah satu syarat memperoleh gelar strata 1 jurusan manajemen di Universitas Multimedia Nusantara.

#### **1.4 Sistematika Penulisan**

Sistematika Penulisan Laporan kerja magang yang berjudul “IMPLEMENTASI *DESIGN IDEAS* PADA *PRODUCT DEVELOPMENT* DI PT GLOBAL DIGITAL ARTHA” adalah sebagai berikut:

##### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang topik yang diteliti dengan pokok permasalahan yang dihadapi serta maksud dan tujuan, waktu pelaksanaan, prosedur dan sistematika penulisan laporan kegiatan kerja magang.

##### **BAB 2 LANDASAN TEORI**

Pada bab ini berisi gambaran umum perusahaan tentang PT Global Digital Artha mulai dari gambaran umum tentang dari sejarah singkat kegiatan perusahaan, visi dan misi, struktur organisasi dan unit bisnis yang dimiliki terutama pada PT Global Digital Artha. Setelah membahas tentang perusahaan, disertai landasan teori yang mendukung dan berkaitan dengan isi dan pembahasan dari laporan kegiatan kerja magang.

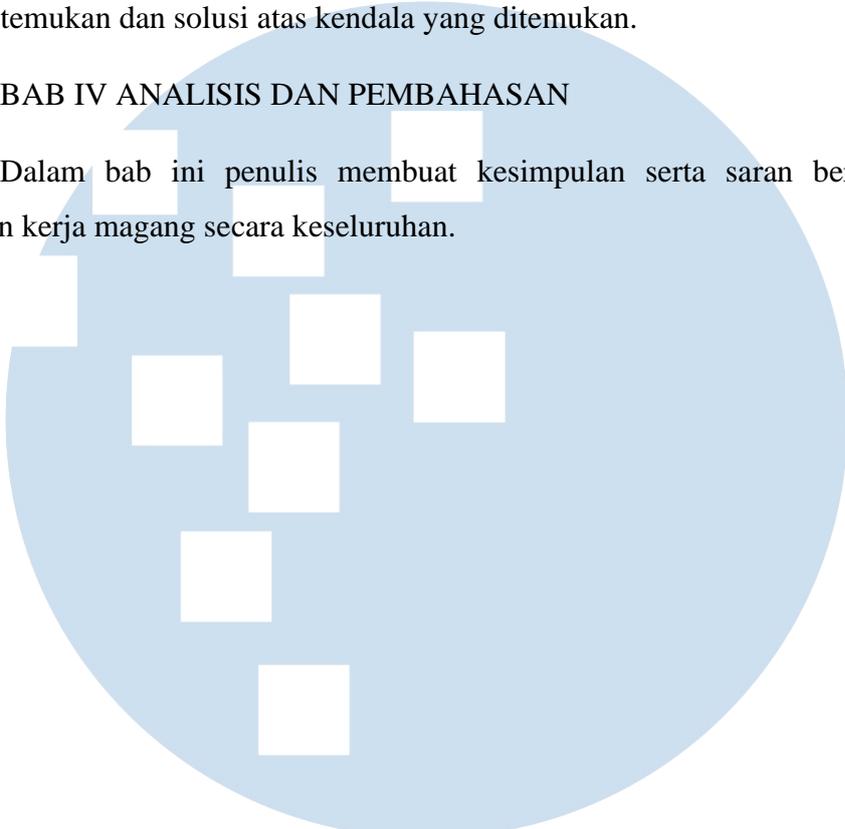
##### **BAB 3 PELAKSANAAN KERJA MAGANG**

Bab ini menjelaskan dan membahas tentang proses pelaksanaan magang yang dijalankan di PT Global Digital Artha di dalam unit bisnis. Pembahasan tersebut berisi tentang posisi kedudukan dan koordinasi, tugas yang dilakukan,

detail uraian tugas pelaksanaan kerja magang dengan proses pelaksanaan, kendala yang ditemukan dan solusi atas kendala yang ditemukan.

#### BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis membuat kesimpulan serta saran berdasarkan kegiatan kerja magang secara keseluruhan.



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA