

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Simatupang (2007) menjelaskan bahwa industri Kreatif merupakan industri yang mengandalkan suatu talenta dan keterampilan serta kreativitas untuk meningkatkan kesejahteraan melalui penawaran kreasi intelektual, dengan kata lain Industri Kreatif dapat diartikan sebagai proses penciptaan, kreativitas dan dari seseorang dan menghasilkan suatu karya produk ekonomi yang dapat di perjual belikan oleh masyarakat. Saat ini Indonesia memiliki 14 jenis Industri yang bergerak di bidang industri antara lain arsitektur, periklanan, film / fotografi / video, music, penerbitan, pasar seni dan budaya, kerajinan, fashion, desain, permainan interaktif, Web Desain, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, riset dan pengembangan.

Perkembangan Industri kreatif di Indonesia sangatlah cepat, dapat dikatakan Industri Kreatif merupakan industri yang cukup menyumbang banyak di dalam perekonomian Indonesia. Menurut Gie (2020) saat ini pemerintah sudah lebih memperhatikan potensi besar di dalam industri kreatif, karena dianggap dapat menopang pertumbuhan ekonomi di indonesia, tak hanya itu industri kreatif juga dianggap dapat mendorong inovasi dan kreatifitas yang lebih baik, dengan demikian persaingan bisnis pun menjadi suatu hal yang tidak menimbulkan perselisihan, karena industri kreatif berawal dari ide dan inovatif seseorang yang beragam.

Seperti yang kita ketahui bersama, pandemik Covid 19 membuat perekonomian Indonesia dan dunia ketenagakerjaan mengalami keterpurukkan (Fauziyah, 2021) namun ditengah keterpurukan industri di Indonesia, Industri kreatif pun bangkit menjadi garda terdepan pemulihan ekonomi Indonesia (Kemenparekraf, 2021) Berdasarkan data yang diberikan oleh opus creative economy outlook (2019) Industri kreatif memberikan kontribusi sebesar Rp1.105 triliun terhadap produk domestik bruto (PDB) Indonesia. Angka ini membawa nama Indonesia dalam posisi ketiga di dunia, untuk jumlah kontribusi sektor ekonomi kreatif terhadap PDB negara. Pada tahun 2021 pun industri kreatif pun di percaya dapat memulihkan perekonomian Indonesia dengan

perkembangan teknologi yang semakin berkembang, salah satunya dengan kehadiran media sosial di tengah industri kreatif di Indonesia.

PT. Fortius Distribution Indonesia merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang industri kreatif, yang bergerak dibidang lifestyle, produk yang fortius miliki merupakan produk yang dibutuhkan oleh kehidupan masyarakat seperti Fashion dan Skin care, saat ini Fortius sangat bersemangat dalam mengembangkan

Brand consumer goods, mulai dari brand International seperti Naruko, For Beloved One, For Beloved Girl, dan soroci hingga brand lokal yaitu Men's Republic yang saat ini sudah re-branding menjadi Republic dan agensi periklanan yang baru saja dikembangkan yaitu Buzzle.

Keberhasilan Fortius dalam mengembangkan dan memasarkan produknya di tengah pandemik *Covid-19* tidak luput dari keberadaan karyawannya yang sangat mudah beradaptasi dengan perkembangan teknologi salah satunya adalah Digital marketing yang kuat salah satunya dalam pengembangan media sosial yang saat ini merupakan salah satu konsumsi masyarakat Indonesia. Oleh karena itu kehadiran seorang SOCIAL MEDIA SPECIALIST and talent dianggap mampu dalam memberikan pengaruh terhadap kesuksesan industri kreatif.

Sebagai perusahaan yang memiliki berbagai macam anak brand, PT. Fortius Distribution Indonesia berusaha tampil dengan membawa Brand / produk yang bergerak dibidang lifestyle dan membangun Brand yang bergerak di bidang Creative Digital Marketing Agency yaitu Buzzle. Buzzle hadir sebagai anak perusahaan Fortius, dalam produksinya Buzzle juga hadir untuk membantu memasarkan brand/ produk yang dimiliki oleh Fortius yaitu Men's Republic dan Naruko. Tak hanya brand Internal, saat ini Buzzle turut membantu memasarkan brand eksternal yang cukup terkenal seperti *Mirael Sugar Wax*, Evos (E-sport), Capsen, Nusa Talent, dan *Vone*, dan beberapa brand lainnya.

Hal tersebut merupakan salah satu faktor pembeda PT Fortius Distribution Indonesia dengan perusahaan yang bergerak di bidang industri kreatif lainnya, dimana Fortius berusaha untuk mengembangkan perusahaannya dengan membangun brand baru yaitu Buzzle sebagai *Creative Digital Marketing Agency*, namun Buzzle tidak

hanya membantu perkembangan Fortius saja, namun Buzzle juga turut hadir untuk membantu brand lokal lainnya.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan melakukan praktik kerja magang adalah sebagai berikut

- a. Menambah wawasan dalam mengaplikasikan ilmu komunikasi selama menjadi mahasiswa strategic communication di Universitas Multimedia Nusantara serta menambah pengalaman bekerja sebagai Social Media Specialist and Talent.
- b. Belajar untuk beradaptasi dengan budaya bekerja suatu perusahaan di bidang industri kreatif serta berkoordinasi dengan rekan kerja.
- c. Mengetahui cara membuat strategis untuk konten yang kreatif serta mengetahui cara membuat konten kreatif bagi target audiens perusahaan.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Kerja Magang

Setiap karyawan yang bekerja ataupun magang di PT. Fortius Distribution Indonesia wajib mengikuti prosedur dan peraturan jam kerja yang telah ditetapkan oleh kontrak.

Hari Kerja : Senin – Jumat

Jam Kerja : 09.00 – 18.00

Awalnya PT. Fortius Distribution Indonesia melaksanakan kerja magang secara WFH (work From Home) namun ketika pemerintah sudah mengeluarkan kebijakan baru, PT. Fortius Distribution Indonesia menetapkan bekerja secara tatap muka atau WFO (Work From Office) Periode pelaksanaan kerja magang sebagai Social Media Specialist and Talent dimulai sejak tanggal 16 Agustus 2021 hingga 30 November

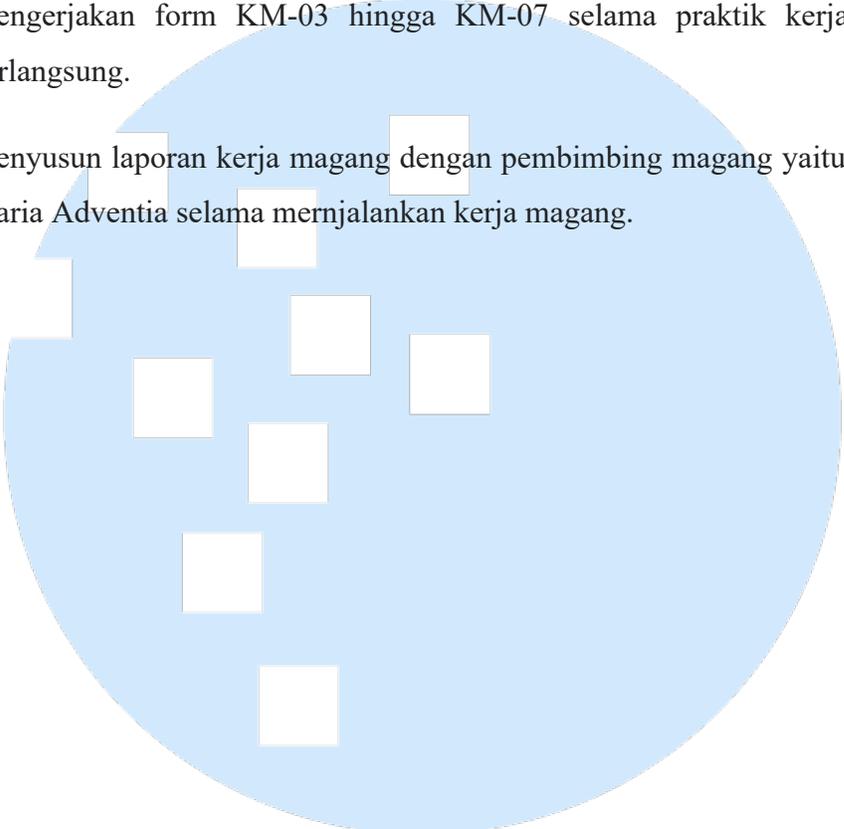
2021. Periode kerja magang mengikuti peraturan yang ditetapkan kampus UMN, yakni 60 hari kerja dalam tiga bulan kalender.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Berikut prosedur praktik pelaksanaan kerja magang sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan:

1. Menghadiri pembekalan magang regular Program Studi Komunikasi Strategis pada hari Senin, 2 Agustus 2021 untuk mengenali semua metode serta syarat kegiatan magang yang sudah diresmikan oleh program studi.
2. Melaksanakan pengisian KRS semester ganjil 2021 atau 2022 terlebih dulu dengan mengambil mata kuliah magang agar diperbolehkan untuk melaksanakan kegiatan magang dengan cara resmi oleh kampus.
3. Mengajukan permohonan magang regular dengan mengisi informasi seputar perusahaan serta job desk posisi magang yang dilamar di Form KM-01
4. Memperoleh surat pengantar kerja magang (Form KM- 02) untuk diserahkan pada industri tempat aplikasi kerja magang agar memperoleh surat keterangan diterima magang dari perusahaan yang dilamar.
5. Mengunggah surat keterangan magang di my.umn.ac.id pada lampiran Form KM 1- Final Company serta dilengkapi dengan data yang diperlukan.
6. Menandatangani surat kontrak magang yang menjadi prosedur kerja magang di PT. Fortius Distribution Indonesia.
7. Melakukan praktik kerja magang yang sudah disepakati dengan perusahaan tempat magang.

8. Mengerjakan form KM-03 hingga KM-07 selama praktik kerja magang berlangsung.
9. Menyusun laporan kerja magang dengan pembimbing magang yaitu yaitu ibu Maria Adventia selama menjalankan kerja magang.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA