

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat cepat, disadari sangat memberikan kemudahan bagi manusia termasuk dalam hal berbisnis. Saat ini sudah banyak perusahaan yang dapat melihat peluang untuk mengembangkan bisnisnya secara online. Dapat dilihat dengan menjamurnya transaksi jual beli online di Indonesia baik dalam skala kecil maupun besar (Hoga Saragih, 2012). Namun, dengan kesadaran melihat peluang tersebut membuat banyaknya jumlah pesaing atau kompetitor yang bermunculan. Oleh karena itu, diperlukan strategi pemasaran yang baik untuk dapat mengatasinya. Salah satu cara yang dapat dilakukan dengan menggunakan *Digital Agency Service*. [1]

Salah satu *digital agency* yang cukup besar di Indonesia adalah Isobar. Isobar merupakan unit bisnis dari Dentsu Internasional yang secara khusus menangani *digital marketing service* dengan lini bisnis kreatif. Isobar sudah beroperasi sejak 2011 dengan positioning “*Ideas without limit: powered by people, enabled by technology, personalized by data to deliver business result.*” Isobar memberikan *value* dan *best services* kepada kliennya dengan menggunakan kekuatan *analytics* atau data, sehingga dapat membantu menjawab kebutuhan klien secara kongkret. Sepanjang 2014, Isobar membuktikan mampu mendombrak *billing* di tengah maraknya *digital agency* baru di Indonesia dengan meraup *billing* senilai Rp.35 miliar. [2]

Saat ini, Isobar sudah memiliki beragam klien yang berasal dari berbagai industri termasuk *food and beverage* yaitu PT. Ajinomoto Indonesia. PT. Ajinomoto Indonesia adalah perusahaan yang memproduksi bumbu penyedap/*seasoning* makanan. Tujuan dari PT. Ajinomoto Indonesia menggunakan jasa Isobar karena ingin memperluas segmentasi pasarnya kepada anak muda khususnya Generasi Z. Untuk dapat memenuhi kebutuhan klien, saat ini Isobar sendiri mengalami kendala seperti tidak mengetahui minat dan kebutuhan Generasi Z. Generasi Z sendiri bisa dibilang merupakan generasi yang sepenuhnya digital. Saat ini, Generasi Z tidak tertarik pada merek yang hanya ingin menonjolkan identitas atau bersikap protagonis. Mereka justru menyukai

bila merek tersebut dapat membantu memecahkan masalah mereka dan memberikan pengalaman yang menarik.

Selain itu, Generasi Z juga cenderung suka dengan kegiatan yang cepat dan praktis. Sedangkan bumbu penyedap makanan cenderung dekat dengan kegiatan memasak, yang dimana bertolak belakang dengan kebanyakan Generasi Z yang lebih suka membeli makanan lewat aplikasi online atau datang langsung ke tempat dari pada harus memasaknya. Untuk dapat menjawab permasalahan tersebut, Isobar membuat projek bertajuk “*Gen-Z Innovator Search Program*” dengan merekrut pekerja magang yang merupakan *the real Gen Z* sebagai *Strategic Planner* untuk membantu menjawab kebutuhan klien yaitu PT. Ajinomoto Indonesia.

Tujuan dari Isobar merekrut pekerja magang pada posisi *Strategic Planner* adalah membantu menganalisa dan mencari *trend* yang dibutuhkan oleh kalangan Generasi Z, menciptakan ide bisnis yang dapat mendekatkan PT. Ajinomoto Indonesia dengan Generasi Z namun tetap sesuai dengan filosofi perusahaan "Eat Well Live Well", mencari *marketing strategy* dan membuat mock up. Kegiatan kerja magang berlangsung selama kurang lebih 6 bulan sesuai dengan *timeline Gen-Z Innovator Search Program*.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Maksud dari kegiatan kerja magang untuk mahasiswa adalah menerapkan ilmu yang sudah dipelajari selama masa perkuliahan ke dunia professional kerja. Selain itu, menambah wawasan dan sebagai salah satu kegiatan syarat kelulusan di Universitas Multimedia Nusantara. Pengalaman kerja magang ini juga bermaksud meningkatkan softskill dalam bekerja seperti dapat berkomunikasi dengan baik, dapat menyelesaikan masalah dan bekerjasama dengan *team* dari *background* yang berbeda, memiliki etika bekerja dan dapat menempatkan diri dengan baik. Serta, dapat memperluas relasi tidak hanya kepada mahasiswa untuk jenjang berikutnya tetapi juga kepada Universitas Multimedia Nusantara.

Tujuan dari kegiatan kerja magang untuk Isobar adalah mampu membantu menemukan ide bisnis untuk menjawab kebutuhan klien yaitu PT. Ajinomoto Indonesia dalam mendekati produknya kepada kalangan Generasi Z. Isobar membutuhkan data, mengenai karakteristik dan *behavior* tentang Generasi Z untuk dapat menemukan ide bisnis dan strategi pemasaran yang cocok diterapkan pada PT. Ajinomoto Indonesia. Oleh karena itu, Isobar membutuhkan tenaga kerja magang yang memiliki *background* Generasi Z untuk mencari *trend*, membuat ide bisnis yang dibutuhkan Generasi Z yang dapat diterapkan untuk PT. Ajinomoto Indonesia sesuai dengan filosofi perusahaan dan memikirkan strategi pemasarannya.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Dibawah ini merupakan tabel 1.1 yang merupakan *ghantt chart* dari kegiatan kerja magang.

Tabel 1.1. Gantt Chart Kegiatan Kerja Magang

Pekerjaan yang dilakukan	Juli		Agustus					September				Oktober				November			Desember	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	
Introduction																				
Kickoff Session	■	■																		
Introduction Isobar to University		■	■																	
Trend Spotting																				
Costumer Discovery Workshop		■	■	■	■															
Consultansy Session with Isobar			■	■	■	■														
Trend Spotting Presentation						■	■													
NewBiz Ideation																				
Ideation Workshop							■	■												
Consultansy Session with Isobar									■	■	■	■								
NewBiz Ideation Presentation												■	■							
Consultancy & Evaluation																				
Evaluation Workshop																■	■			
Consultansy Session with Isobar																■	■	■	■	
Final Pitch Presentation																		■	■	
Top 3 Announcement																			■	

1.3.1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Kerja magang dilaksanakan dari tanggal 28 Juli 2021 sampai dengan 8 Desember 2021 dengan hari kerja dari Senin sampai Jumat. Walaupun dalam hitungan total hari kerja terhitung kurang dari 100 hari kerja, namun secara jam

sudah memenuhi prosedur MBKM yaitu terhitung sudah melakukan kerja magang selama 817jam kerja.

Form MBKM 03

Company Name : Dentsu Aegis Network Indonesia
 Email Supervisor : lcha.caresya@dentsu.com

Completed Working Hours
 817.92 of 800 Hours (102.24%)

Supervisor Evaluation Grade 1

Submit Status	Submit Date
Submitted	October 14, 2021

Update daily task could be done before the review status become approved. Student must ask the supervisor to reject the daily task.
 Showing 91-94 of 94 items.

#	Date	Start Time	End Time	Total Hours	Task Description	Status	Notes	Update
91	02-12-2021	09:00	14:00	4	- Final Pitch Presentation - Evaluation (internal grup)	Approved		
92	05-12-2021	14:00	23:59	9.98	- bab 3 lanjutan dan kendala dan solusi (13:00-18:00) - kesimpulan (19:00-23:00)	Approved		
93	08-12-2021	09:00	10:00	1	Top 3 Announcement	Approved		
94	03-01-2022	09:00	20:00	10	- Team 4HOY Internal Discussion - Explore more New Biz Ideation (Support Data) additional : Document & Support for Internal Business Unit (10-20-2021)	Approved		

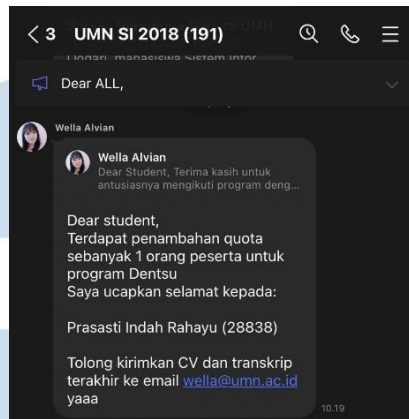
Gambar 1.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Lalu, untuk lokasi Isobar saat ini berada di alamat Menara Sentraya 33th Floor Jl. Iskandarsyah Raya no 1A, Melawai, Kebayoran baru, RT 03/RW 01, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12160. Namun, dikarenakan COVID-19, kegiatan kerja magang ini dilakukan secara *work form home*.

1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang terbagi menjadi 3 tahapan yaitu pra-magang, kegiatan magang dan post-magang. Pada tahapan pra-magang, mahasiswa melakukan pencarian magang pada awal April 2021 dengan mencari lowongan kerja magang melalui aplikasi seperti LinkedIn, Instagram, CDC UMN dan rekomendasi dosen. Mahasiswa mendaftarkan diri pada lowongan magang Dentsu Dentsu Aegis Network yang dibagikan oleh dosen pada Line Group UMNSI 2018 dan pada tanggal 20 April 2021 mahasiswa dinyatakan diterima magang di Dentsu Aegis Network yang diumumkan pada grup angkatan SI UMN 2018. Lalu, selagi menunggu pengumuman hari pertama kegiatan kerja magang, mahasiswa mulai mendaftarkan perusahaan yang menerima ke website merdeka sebagai syarat program magang MBKM atau magang track 02. Setelah menunggu kurang lebih sebulan, kegiatan kerja magang dapat dimulai pada tanggal 28 Juli 2021. Pada awal kerja magang, mahasiswa

mulai mengurus dokumen penting yang dibutuhkan HR (*HumanResource*).



Gambar 1.2 Penerimaan Magang

Tahapan kedua yaitu kegiatan magang yang dilakukan selama 817jam kerja dari tanggal 28 Juli 2021 sampai dengan 8 Desember 2021. Mahasiswa diterima magang pada *Departement Creative* sebagai *Strategic Planner Intern*. Kegiatan utama kerja magang adalah membuat ide bisnis yang cocok untuk PT. Ajinomoto Indonesia dalam mendekati produknya kepada Generasi Z. Kegiatan magang setiap harinya di isi dengan *meeting internal grup*, *meeting* bersama *Task Force* Ajinomoto selaku mentor, *Concultasy* setiap minggu kepada *team* Isobar dan presentasi setiap bulan kepada *team* Isobar. Selain membuat ide bisnis, mahasiswa juga mempelajari *how to deliver the business*, membuat *mock up* produk/jasa dan membuat *deck presentation* yang professional.

Tahapan terakhir yaitu post-magang, tahapan ini merupakan pembuatan laporan magang untuk mendokumentasikan seluruh kegiatan magang. Laporan magang ini dikerjakan selama proses magang berlangsung dengan dibantu oleh dosen pembimbing dalam menyusun laporan. Bimbingan magang dilakukan secara online melalui *google meet* dan *line* sehingga waktu bimbingan lebih fleksibel. Tidak lupa, mahasiswa juga melakukan verifikasi *daily task* dan konsultasi bimbingan magang ke *website* merdeka. Ibu Icha Caresya selaku supervisor dari isobar yang menduduki sebagai *Associate Account Director* akan memberikan penilaian.