

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pandemi *covid-19* telah merubah berbagai macam aspek yang ada di kehidupan masyarakat, tak terkecuali dalam membeli kebutuhan barang dan jasa. Pelaku usaha baik UMKM maupun perusahaan besar mengalami kesulitan dalam menjual barang dan jasanya kepada masyarakat.

Menurut data dari kementerian keuangan republik Indonesia (<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-tarakan/baca-artikel/14441/Pasar-Properti-Residensial-Di-Tengah-Pandemi-Covid-19.html>), terjadi perlambatan ekonomi pada kuartal II, III, dan IV pada tahun 2020. Hal ini mempengaruhi berbagai sektor usaha tak terkecuali properti. Masyarakat cenderung berhati-hati dalam melakukan pengeluaran sehingga minat terhadap properti berkurang.

Dengan berbagai kesulitan yang ada di era pandemi, para pelaku usaha harus “berpikir” lebih keras untuk menjual produknya agar dapat bertahan di masa pandemi *covid-19*. Salah satu cara yang gencar digunakan adalah optimalisasi penggunaan media digital sebagai tempat pemasaran dan penjualan.

Digital marketing menurut Chaffey (2002:14) adalah penerapan teknologi digital yang membentuk online channel ke pasar (*website, e-mail, data base, digital TV* dan melalui berbagai inovasi terbaru lainnya termasuk didalamnya *blog, feed, podcast, dan jejaring sosial*) yang memberikan kontribusi terhadap kegiatan pemasaran.

Optimalisasi penggunaan media digital untuk pemasaran dapat dilakukan dengan cara membuat konten digital yang akan disebarluaskan pada platform media

sosial pelaku usaha. Dengan membuat konten yang menarik dan “menjual”, maka hal itu dapat menarik perhatian pelanggan terhadap produk atau jasa yang perusahaan tersebut tawarkan.

PT. Onna Prima Utama bergerak dalam bidang *window fashion* dengan produk berupa gordena, tirai, dan lain-lain. Kegiatan bisnis utamanya adalah menjual produk dan jasa pemasangan untuk rumah atau tempat usaha dari penjual. Penurunan konsumsi dan minat masyarakat terhadap properti memberikan dampak yang besar terhadap kegiatan usaha PT. Onna Prima Utama.

Penulis memilih PT. Onna Prima Utama sebagai tempat kerja magang karena perusahaan ini belum sepenuhnya beralih ke media digital sebagai media pemasarannya. Penulis tertarik untuk ambil bagian dalam proses transisi perusahaan ini ke arah media digital.

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

Maksud dan Tujuan penulis melaksanakan kerja magang adalah:

1. Menerapkan hasil pembelajaran yang didapatkan dari perkuliahan.
2. Untuk mendapatkan ilmu dan pengetahuan dari profesional.
3. Mendapatkan pengalaman dan kondisi kerja yang riil.
4. Mengasah manajemen waktu dan profesionalitas dalam bekerja.
5. Menambah relasi dengan pekerja di bidang terkait.
6. Memperkaya portfolio dan pengalaman kerja untuk masa depan.
7. Memenuhi syarat kelulusan kuliah.

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

Sejak program kampus merdeka dimulai, penulis sangat tertarik untuk mengikuti program magang. Penulis pertama kali mencari informasi tentang lowongan magang di website [www.glints.com](http://www.glints.com). Website tersebut merupakan platform yang mempertemukan antara calon pekerja dan pemberi pekerjaan.

Penulis menemukan informasi mengenai lowongan *videographer intern* oleh PT. Onna Prima Utama yang beralamat di Jl. Kapuk Utara 1 No.5, RT.1/RW.3, Kapuk Muara, Kec. Penjaringan, Kota Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta.

Dengan mempertimbangkan *jobdesc* dan domisili perusahaan, akhirnya penulis melamar pekerjaan pada perusahaan tersebut. Penulis melampirkan *curriculum vitae*, *cover letter*, dan portfolio saat melamar.

Seminggu berselang, penulis ditelepon oleh ibu Resty, HRD dari perusahaan tersebut untuk mengikuti interview serta psikotes pada hari yang sama. Penulis menyanggupi dan melaksanakan *interview* serta psikotes tersebut.

*Interview* dan psikotes dilaksanakan selama kurang lebih 1,5 jam. Lalu, penulis diminta untuk mengirimkan transkrip nilai dan surat pengantar magang dari tempat kuliah penulis. Setelah mengirimkan, penulis diminta untuk menunggu pemberitahuan selanjutnya.

Tiga hari kemudian, penulis dinyatakan diterima di perusahaan tersebut dan diminta untuk menandatangani kontrak. Kontrak tersebut berisi perjanjian kerja selama enam bulan dan besaran gaji yang ditawarkan. Penulis menandatangani kontrak tersebut dan mulai bekerja pada 2 Februari 2022.

Penulis bekerja secara WFO (*work from office*) dengan jadwal bekerja hari Senin sampai dengan hari Jumat dimulai dari pukul 08.00 sampai 17.00. Penulis mendapatkan jam istirahat pada pukul 12.00 -13.00. Salah satu *jobdesc* penulis adalah *shooting* produk di rumah pelanggan yang mengharuskan penulis untuk melakukan kegiatan kerja di luar kantor sesuai jadwal yang ditetapkan.

