

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin berkembangnya zaman, perusahaan tidak hanya melihat tingkatan pendidikan saja, tetapi juga melihat *skill* dan pengalaman dari calon pekerja. Perusahaan tidak hanya membutuhkan calon pekerja yang berpengetahuan dalam bidangnya, tetapi juga yang berpengalaman secara praktik kerja dalam dunia professional. Maka dari itu, sebagai mahasiswa jurusan film di Universitas Multimedia Nusantara, penulis telah mendapatkan dasar pengetahuan mengenai dunia film dan *advertising* dan juga dibekali dengan pengalaman praktik syuting dalam perkuliahan maupun magang sehingga mahasiswa mendapatkan kesempatan untuk mengenal lebih dekat dalam industri produksi audio visual. Dengan adanya program magang, mahasiswa akan lebih mudah untuk beradaptasi dengan pola kerja dunia professional serta mengeksplorasi lebih jauh dalam pekerjaan yang dihadapi setelah mahasiswa dinyatakan lulus.

Setelah penulis melewati berbagai pembelajaran dan pertimbangan, penulis menyadari bahwa penulis memiliki ketertarikan yang mendalam terhadap dunia bisnis dan *marketing*. Dimana *marketing* merupakan suatu usaha dalam memasarkan sebuah produk agar produk tersebut bisa diminati serta dikenal oleh masyarakat luas (Adrian Permana, 2019). Penulis melihat potensi yang besar dalam bidang. Menurut salah satu artikel Kementerian Investasi Indonesia, UMKM telah berkontribusi sebanyak 60% dalam perekonomian nasional serta ternyata ekosistem UMKM bertumbuh dengan cepat. Menurut artikel lainnya yaitu voi.id, GroupM memperkirakan bahwa belanja iklan naik sekitar 22.5% dari tahun sebelumnya serta Zenith juga memperkirakan pertumbuhan sekitar 15.6%. Industri periklanan mengalami pertumbuhan yang cepat tahun ini dengan persentase pengeluaran iklan global sekitar 9% di tahun 2022.

Dengan banyaknya bisnis yang terbentuk selama *pandemic*, setiap bisnis pasti membutuhkan bantuan ahli untuk membuat iklan yang memperkenalkan

produk mereka sedangkan *brand* besar tentunya juga tetap harus bertahan dengan membuat iklan dengan tujuan mempertahankan brand mereka di benak customer. Tanpa adanya perusahaan periklanan, tentunya pebisnis akan kewalahan untuk membuat iklan promosi mereka. Penulis yakin bahwa proses dibalik perusahaan periklanan terdapat pekerjaan yang jauh lebih luas dan menarik untuk di eksplorasi.

Sejak perkuliahan penulis tertarik untuk mengeksplorasi pekerjaan sebagai *Account Executive*. Dalam sebuah buku yang berjudul *Advertising & Promotion* karya George E. Belch & Michael A. Belch (1999), menyatakan bahwa *Account Executive* wajib untuk mengerti kebutuhan klien dalam kegiatan pemasaran dan promosi yang kemudian disampaikan kepada tim pembuat iklan. *Account Executive* tidak hanya harus menjaga hubungan antara *agency* dan klien ataupun menjadi perantara tetapi juga harus memiliki kemampuan untuk menerjemahkan apa yang diinginkan klien yang nantinya dikomunikasikan kepada pihak *agency*. Begitu pula sebaliknya, *Account Executive* juga harus menyampaikan ide *agency* kembali kepada klien. (Frank Jefkins, 1997). Penulis menyukai pekerjaan yang berhubungan dengan klien.

Menurut penulis, masih tidak terlalu banyak mahasiswa yang memiliki ketertarikan *Account Executive*. Hal tersebut terlihat dari beberapa arsip laporan magang terdahulu yang penulis akses dari website kc.umn.ac.id. Dimana dari angkatan 2013 sampai 2015, hanya terdapat sekitar 64 laporan magang mahasiswa film yang membahas mengenai *Account Executive*. Penulis dapat menyimpulkan bahwa banyak mahasiswa yang lebih melirik job desk ke arah kreatif film dibanding job desk *Account Executive* yang berhubungan dengan client. Berangkat dari hal tersebut, penulis sangat tertarik untuk menjadi *Account Executive* di kemudian hari serta ingin mempelajari job desk *Account Executive* lebih dalam untuk pengalaman kerja setelah kuliah nanti. Itulah yang akhirnya, memunculkan tekad penulis untuk mencari kesempatan magang di perusahaan *advertising*.

Dalam kesempatan magang kali ini penulis mendapatkan kabar melalui koneksi bahwa Adplay Media Indonesia sedang membutuhkan tenaga kerja di bidang *account executive*. Pada saat itu, penulis masih terikat dengan tempat magang yang sebelumnya sehingga penulis belum bisa menerima tawaran tersebut.

Seiring berjalannya waktu, penulis memutuskan untuk mengikuti program magang *track 2* yang mengharuskan penulis untuk memilih magang di perusahaan magang yang sama seperti magang *track 1* atau mencari tempat magang yang baru. Penulis sangat tertarik untuk mencoba bekerja di perusahaan *advertising* karena penulis telah mencoba bekerja di rumah produksi film di magang *track 1*. Akhirnya, penulis teringat akan tawaran kerja Adplay Media Indonesia dan mencoba menghubungi CEO Adplay Media Indonesia dengan mengirimkan pesan kepada perusahaan untuk bertanya apakah lowongan tersebut masih tersedia atau tidak. Ternyata, lowongan tersebut masih tersedia, dan penulis diterima sebagai *Account Executive*. Tentunya setelah diberikan kesempatan untuk magang di posisi tersebut, Penulis tertarik untuk bergabung dan berkembang di perusahaan iklan Adplay Media Indonesia sebagai *Account Executive*.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Selain sebagai syarat kelulusan sebagai seorang mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara, maksud dan tujuan kerja magang di Adplay Media Indonesia adalah untuk mengeksplorasi pengalaman di bidang periklanan dengan job desk *Account Executive*. Seperti yang sebelumnya telah disebutkan, penulis sangat tertarik di untuk menjadi *Account Executive* di kemudian hari, dimana penulis berharap dengan adanya kesempatan magang ini, penulis dapat mengembangi potensi diri dan mendapatkan pengalaman kerja nyata yang lebih mendalam dari hanya sekedar teori yang dipelajari dalam perkuliahan.

Selain pengalaman kerja, penulis menyadari bahwa koneksi merupakan hal yang sangat penting untuk mengerjakan apapun kedepannya. Penulis ingin mendapatkan koneksi dari proses kerja magang sebagai bekal untuk mendapatkan kesempatan pekerjaan. Penulis juga ingin belajar dari pengalaman orang-orang berpengalaman yang ditemui selama magang. Kegiatan magang dapat melatih diri penulis untuk beradaptasi dalam situasi kerja terhadap tekanan yang tidak dapat diprediksi di luar pekerjaan. Hal tersebut akan membantu penulis untuk tahan dalam kondisi apapun.

Penulis merupakan seseorang yang memiliki antusias yang tinggi terhadap bidang *marketing* serta kemampuan berkomunikasi yang baik. Selain itu, penulis memiliki kemampuan lebih dimana sebagai mahasiswa berlatar belakang jurusan film, penulis mengerti tentang cara produksi dan kreatif pembuatan video sehingga penulis dapat *flexible* membantu hal apapun yang dibutuhkan pada saat produksi. Penulis juga dapat menjembatani klien dan tim iklan dengan baik. Kontribusi penulis kepada perusahaan adalah bekerja secara maksimal dalam segala pekerjaan yang diberikan serta mengimplementasikan kemampuan yang telah diperoleh dari kuliah ke dalam setiap pekerjaan.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kurikulum kampus merdeka atau yang disebut MBKM, menyediakan program magang *Track 2* untuk mahasiswa yang berminat untuk mengikuti program magang kedua setelah magang wajib yaitu *Track 1*. Sama seperti magang *Track 1*, magang *Track 2* juga mewajibkan mahasiswa untuk bekerja selama 800 (delapan ratus) jam kerja sebagai syarat kelulusan magang. Prosedur pelaksanaan magang dimulai ketika penulis mendaftarkan perusahaan yang dituju seperti rumah perusahaan *advertising* yaitu Adplay Media Indonesia ke dalam situs merdeka Universitas Multimedia Nusantara. Berbeda dengan magang *Track 1*, dalam magang *Track 2*, Penulis tidak banyak mendaftarkan perusahaan ke website merdeka. Penulis hanya mendaftarkan perusahaan Adplay Media Indonesia dengan mengajukan posisi sebagai divisi *account executive*. Setelah didaftarkan, penulis akan mendapatkan *cover letter* sebagai surat pengantar dari kampus untuk perusahaan yang disasar. Dengan mempersiapkan *curriculum vitae* dan portofolio, penulis mulai mengirimkan pengajuan magang sebagai divisi *account executive* ke Adplay Media Indonesia.

Awalnya penulis mendapatkan kabar bahwa perusahaan iklan Adplay Media Indonesia sedang membutuhkan tenaga kerja di bidang *Account Executive*. Setelah itu, penulis mencoba untuk menghubungi *supervisor* Adplay Media Indonesia melalui *whatsapp* dan bertanya apakah tawaran tersebut masih tersedia.

Akhirnya, Adplay Media Indonesia melakukan perbincangan via *zoom* terlebih dahulu sehingga penulis dapat mengetahui *flow* kerja di Adplay Media Indonesia.

Lebih jelasnya, penulis menghubungi Adplay Media Indonesia pada 19 Juli 2022. Selang beberapa hari, pada tanggal 21 Juli 2022, penulis dihubungi oleh pihak Adplay Media Indonesia melalui *whatsapp* dan menyampaikan bahwa Adplay Media Indonesia mengonfirmasikan bahwa penulis diterima untuk magang di perusahaan tersebut. Tanggal 28 Juli 2022, merupakan hari pertama penulis bekerja di Adplay Media Indonesia secara *Work From Home*.

Adplay Media Indonesia melaksanakan magang tatap muka secara *hybrid* atau *optional* dengan maksud, jika dibutuhkan untuk bekerja secara tatap muka, maka Garry Audie selaku *supervisor* dari Adplay Media Indonesia, akan menghubungi penulis untuk bertemu langsung di tempat yang ditentukan. Lalu apabila pekerjaan bisa dilakukan di rumah, pekerja boleh *work from home*. Lalu dikarenakan banyak pekerjaan yang dapat dilakukan di rumah, maka waktu pengerjaan bisa ditentukan sesuai penulis asalkan pekerjaan selesai dengan baik dan tepat waktu.

Maka dari itu, penulis menetapkan untuk memulai jam kerja sama seperti jam kerja pada umumnya yaitu Senin sampai Jumat dengan durasi sehari kurang lebih 10 (sepuluh) jam kerja. Mulai dari jam 09:00 sampai dengan 20:00 dengan 1 (satu) jam istirahat makan siang. Tetapi, jika pekerjaan sudah selesai atau belum ada pekerjaan lainnya, jam kerja akan sangat *flexible*. Bekerja di akhir pekan juga memungkinkan jika diperlukan untuk kegiatan shooting.

Saat bekerja di Adplay Media Indonesia, penulis mendapatkan fasilitas seperti *course* periklanan *marketing* untuk penulis lebih mengerti ilmu dasar dari *marketing*, dan setiap dilaksanakan meeting, Adplay Media Indonesia juga menyediakan konsumsi. Jika penulis harus mengikuti *shooting* ataupun *meeting*, Adplay Media Indonesia akan menyediakan transportasi. Setelah itu, Adplay Media Indonesia juga memberikan gaji bulanan untuk mahasiswa magang sesuai dengan nominal yang ditentukan.