



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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

Seiring perkembangan teknologi dan informasi yang begitu pesat, media-media *digital* yang diperkenalkan kepada khalayak ramai semakin meningkat, khususnya *social media*. Hal ini memperlihatkan bahwa semakin banyaknya konsumen yang menggunakan *social media* untuk mendapatkan sebuah informasi. Oleh karena itu, pemanfaatan *social media* dalam strategi marketing perusahaan untuk mempromosikan produk mereka sudah semakin banyak ditemukan sekarang ini.

Adapun alasan lain untuk memilih *social media* sebagai strategi marketing, yaitu meminimalisir *budget* yang diberikan suatu perusahaan yang mana tujuan utama pada umumnya dalam sebuah *advertising* adalah meningkatkan *awareness* konsumen. Quesenberry K.A. (2016:18) dalam bukunya yang berjudul “*Social Media Strategy: Marketing and Advertising in The Consumer Revolution*” menyebutkan bahwa *social media* menjadi media yang cocok untuk menyediakan ruang bagi konsumen menuangkan pemikiran dan pemahaman terhadap *brand* ataupun produk perusahaan. Dengan *social media* juga, konsumen bisa mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai produk perusahaan. Pemanfaatan *social media* sebagai media promosi dapat berupa *website*, *video*, *banner web ads*, *WSU (Weekly Status Update)*, dan sebagainya.

Berdasarkan fenomena di atas, penulis mencoba untuk mengajukan CV dan portofolio ke enam perusahaan, seperti Ziptango, PT Hawacomm Mediarta, Dreambox *Branding Agency*, Maple Creative Tree Studio, Sinar Mas Land BSD, dan Ozzigeno Studio *Digital Agency*. Di antara perusahaan penulis ajukan tidak hanya bergerak di media *digital*, melainkan juga ada yang bergerak di bidang media *printing* dan *branding* yang mana dikarenakan penulis juga ingin mencoba untuk menguji kemampuan penulis apakah mampu dan cocok di bidang tersebut. Dari keenam perusahaan tersebut, penulis menerima dua panggilan untuk melakukan *interview* pada hari Senin, 24 Juli 2017 oleh Dreambox *Branding*

Agency dan *Ozzigeno Studio Digital Agency*. Penulis pun terlebih dahulu melakukan *interview* dan tes membuat poster di *Dreambox Branding Agency* pada hari Senin, 24 Juli 2017 pukul 11:00 – 13:00 WIB dimana setelah selesai *interview* dan tes tersebut, penulis diberitahukan bahwa akan diberi kabar lebih lanjut mengenai hasilnya. Kemudian pada pukul 16:00, penulis melakukan *interview* di *Ozzigeno Studio Digital Agency* dimana penulis secara langsung dinyatakan diterima di perusahaan tersebut.

Ozzigeno Studio Digital Agency merupakan perusahaan yang memiliki spesialisasi dalam bidang tersebut dan memiliki pengalaman yang cukup lama di bidang tersebut, serta memiliki klien-klien yang cukup banyak dikenal masyarakat. Penulis pun tertarik dan memilih melakukan kerja magang di *digital agency* karena penulis ingin meningkatkan kemampuan serta wawasan mengenai bagaimana melakukan sebuah promosi lewat media sosial. Media *digital* yang semakin banyak digunakan oleh perusahaan dan dicari oleh konsumen juga membuat penulis ingin meningkatkan kemampuan di bidang tersebut guna sebagai bekal untuk kedepannya.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Pelaksanaan program kerja magang diwajibkan oleh Universitas Multimedia Nusantara ini sebagai syarat kelulusan untuk memperoleh gelar sarjana (S1). Dengan adanya program ini, mahasiswa dapat mempersiapkan diri dalam dunia kerja dan menambah wawasan, serta pengalaman kerja. Adapun beberapa tujuan penulis melakukan kerja magang di perusahaan ini adalah sebagai berikut.

1. Mengetahui dan melatih kemampuan berkomunikasi dengan tim di dunia kerja.
2. Mengetahui dan mengenal bagaimana peran seorang desainer grafis dalam dunia kerja.
3. Meningkatkan kemampuan dalam membuat desain yang interaktif, khususnya pada *social media* dengan beberapa *brand* yang berbeda.
4. Menambah wawasan baru mengenai teknis dan aturan-aturan dalam membuat sebuah desain yang belum diajarkan selama masa perkuliahan.

5. Mengembangkan dan mampu mengimplementasikan ilmu dan teknis desain yang telah dipelajari selama masa perkuliahan.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Program kerja magang ini dapat terlaksana melalui beberapa prosedur yang telah dilalui oleh penulis. Berikut adalah penjelasan lebih mendalam mengenai waktu dan prosedur pelaksanaan kerja magang penulis di perusahaan ini:

1.3.1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melakukan program kerja magang di *Ozzigeno Studio Digital Agency* mulai dari tanggal 2 Agustus 2017 sampai dengan tanggal 17 November 2017. Sebelum pelaksanaan tersebut, penulis terlebih dahulu mengirimkan CV dan portofolio melalui *e-mail* kepada *Ozzigeno Studio Digital Agency* pada tanggal 20 Juli 2017. Penulis pun ditempatkan di divisi *creative* sebagai karyawan *intern*.

Waktu kerja magang dilakukan pada setiap hari Senin sampai dengan Jumat yang mana jam kerja magang dimulai dari pukul 09:00 WIB sampai 17:30 WIB. Jam kerja yang diberikan pun bersifat fleksibel, sehingga jam kerja penulis bersifat tidak tetap.

1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Proses penulis mendapatkan kesempatan melakukan kerja magang di *Ozzigeno Studio Digital Agency* bermula dari pencarian lowongan kerja magang yang sesuai dengan minat dan kemampuan penulis di situs-situs web. Setelah pencarian dan pemilahan tersebut, penulis pun mulai masuk pada proses persiapan program kerja magang, yaitu sebagai berikut.

1. Penulis mengisi *form* KM-01 terlebih dahulu dengan beberapa nama perusahaan ataupun studio yang telah dipilah oleh penulis. Tahap ini merupakan salah satu ketentuan dalam proses kerja magang dari Universitas Multimedia Nusantara. Setelah *form* KM-01 telah disetujui dan ditandatangani, penulis barulah mendapatkan *form* KM-02, yaitu surat pengantar kerja magang dari kampus untuk perusahaan yang telah menerima penulis.

2. Penulis mengirimkan CV dan portofolio pada tanggal 20 Juli 2017 melalui *e-mail*. Keesokan harinya, penulis mendapat balasan *e-mail* dan panggilan melalui telepon dari PT Inti Ozzigeno Nara Solusi yang mana mengundang penulis untuk melakukan *interview* pada hari Senin, 24 Juli 2017 pukul 16:00 WIB. Penulis diwawancarai oleh Ayu Tri Lestari selaku HRD dan Marina Mayori selaku *Art Director* di Ozzigeno Studio *Digital Agency*. Pada hari yang sama juga, penulis telah dinyatakan bahwa penulis diterima di divisi *creative* dan dapat memulai kerja magang pada tanggal 1 Agustus 2017.
3. Disaat hari pertama kerja magang, penulis memberikan surat pengantar magang dari kampus untuk perusahaan dan menerima surat keterangan penerimaan magang untuk diberikan ke kampus. Penulis juga diperkenalkan dengan tim inti dalam studio dan diberikan *briefing* singkat dengan *project-project* yang akan diberikan kepada penulis selama kerja magang.
4. Penulis menukarkan surat keterangan penerimaan magang di Ozzigeno Studio *Digital Agency* kepada BAAK dan Ibu Rut Novita Sari selaku admin DKV Universitas Multimedia Nusantara untuk ditukarkan dengan *form* KM-03 sampai KM-07.

