

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebuah agensi digital adalah perusahaan jasa yang berfokus untuk menyediakan layanan di bidang kreatif yang berkaitan dengan dunia digital. Agensi membantu klien untuk mencapai tujuan dan kebutuhan dalam lingkup digital. Beberapa caranya yaitu melalui beberapa layanan seperti pemasaran di platform digital, pengembangan web, desain grafis, fotografi dan videografi, penyusunan rencana untuk konten dan manajemen media sosial, pengoptimalan mesin pencari (SEO) dan, analisis data, manajemen untuk KOL, dan lain-lain.

Agensi digital biasanya terdiri dari sebuah tim yang mempunyai latar belakang atau pengetahuan dalam bidang kreatif, seperti spesialis desain, fotografi, videografi, *editing*, yang akan bekerja sama dengan anggota divisi dari tim yang mempunyai latar belakang atau pengetahuan dalam marketing, bisnis, finansial, dan lain-lain. Divisi ini akan bekerja sama secara terpadu untuk menghasilkan sebuah karya atau pekerjaan yang berkaitan dengan disiplin ilmu digital. Biasanya hasil kerjasama tim dalam agensi digital adalah sebuah kampanye serta proyek digital untuk klien.

Biasanya klien yang membutuhkan sebuah agensi digital adalah sebuah perusahaan bisnis, baik itu berupa perusahaan yang sudah besar, *start-up*, sampai bisnis individu. Bidang klien yang dapat ditangani pun bervariasi, seperti *fashion*, *food & beverage*, akomodasi, pariwisata, jasa dan lainnya. Peran agensi digital pada perkembangan zaman serba digital ini sangatlah penting untuk membangun sebuah perusahaan karena selain para perusahaan tersebut melakukan promosi secara tatap muka, mereka juga perlu memiliki jejak digital yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja oleh calon pelanggannya, dengan demikian eksistensi bisnis mereka bisa terus bertahan dan berkembang.

Promosi merupakan cara komunikasi yang dilakukan oleh produsen untuk melakukan kegiatan bertukar informasi mengenai sebuah penawaran produk atau

jasa yang ditawarkan oleh produsen. Tujuan promosi adalah membuat konsumen tertarik dengan produk atau jasa yang ditawarkan tersebut. (Laksana, 2019)

Fotografi adalah suatu seni yang melibatkan proses penangkapan cahaya yang mengenai suatu objek agar dapat menghasilkan gambar. Tanpa adanya cahaya, tidak akan ada karya fotografi. (Giwanda, 2001:2). Fotografi berasal dari dua suku kata, yaitu *photo* dari *photos* (cahaya) dan *graphy* dari *graphie* (tulisan atau gambar) dari bahasa Yunani. Maka dapat diartikan bahwa seni fotografi ini adalah menggambar dengan memanfaatkan media cahaya. (Bull, 2010:5)

Fotografi merupakan visual yang diciptakan dari dokumentasi suatu momen atau gambar dengan menggunakan kamera. Terdapat beberapa elemen pendukung yang ada di dalam fotografi, yaitu pencahayaan, komposisi, sudut, warna, tekstur, dan lain sebagainya.. Elemen-elemen tersebut dapat memperkuat penampilan visual dari sebuah desain. Salah satu fungsi dan tujuan dari fotografi adalah komunikasi melalui media foto atau video serta sebagai media dokumentasi untuk momen yang terjadi secara langsung.

Sebuah foto atau video produk dalam *branding* bermanfaat sebagai sebuah visualisasi. Visualisasi yang baik tersebut dapat meningkatkan kredibilitas perusahaan itu sendiri karena menunjukkan kualitas dari hasil jasa atau produk mereka. Konsumen pun mendapatkan gambaran terhadap produk, sehingga kesadaran mereka terhadap perusahaan dapat meningkat dan pembelian pun dapat terjadi. Sebuah foto yang menarik juga dapat membedakan satu *brand* dengan kompetitornya dikarenakan adanya identitas visual foto yang terbangun melalui pengambilan sudut (*angle*), warna (*color grading*), properti, sentuhan desain grafis, dan lainnya yang melekat dalam benak konsumen. Identitas visual tersebut pastinya dapat menjadi keunikan sebuah *brand* yang membuatnya menonjol atau menarik dalam pasar, unsur keunikan atau pembeda ini dikenal juga dengan istilah *Unique Selling Point (USP)*.

Pada tahun 2022, penulis diberi kesempatan untuk belajar dan mendalami dunia fotografi dalam sebuah kepanitiaan kampus. Ternyata kesempatan tersebut membuat penulis sadar bahwa penulis ternyata mempunyai minat dan kemampuan dalam dunia fotografi ini. Sehingga pada semester 7 untuk pelaksanaan kerja

magang, penulis ingin memanfaatkan kesempatan untuk belajar lebih melalui praktik secara langsung melalui kerja yang akan dilakukan. Penulis pun mencari beberapa agensi kreatif serta perusahaan korporat yang sekiranya sedang membuka lowongan magang untuk posisi fotografer.

Setelah mendaftar ke beberapa perusahaan dan melalui proses penyeleksian, akhirnya tercipta sebuah daftar berisi perusahaan yang berpotensi menjadi tempat magang penulis. Dari sekian banyak perusahaan magang tersebut, penulis cukup cocok dengan salah satu agensi digital yang berlokasi di Bali, yakni Kayana Creative. Kayana Creative merupakan agensi digital yang bergerak dalam bidang pemasaran. Pemasaran digital mencakup berbagai strategi yang digunakan untuk mempromosikan produk, layanan, atau merek secara digital, dengan tujuan meningkatkan visibilitas, menarik calon pelanggan, dan meningkatkan penjualan. Dari pihak Kayana Creative pun juga setuju memberikan kesempatan penulis untuk mengisi posisi magang sebagai fotografer. Agensi digital ini memiliki portofolio yang sangat baik, hingga saat ini sudah banyak klien ternama di Bali dalam berbagai bidang, seperti *food & beverage*, perhotelan, jasa dan akomodasi yang mengandalkan jasa Kayana Creative. Peluang agensi di Bali cukup menjanjikan dan terlihat lebih signifikan dari kota lain dilihat dari Bali adalah kota pariwisata yang ramai dengan pengunjung setiap waktunya. Pasti perusahaan-perusahaan di Bali membutuhkan jasa agensi untuk memaksimalkan promosi mereka secara digital.

Pelaksanaan kerja dilakukan secara tatap muka yang diselingi dengan kegiatan produksi. Produksi tersebut akan dilakukan langsung di tempat klien, seperti restoran, kafe, villa, salon dan lain sebagainya, sistem kerja tersebut membuat penulis semakin yakin akan mendapatkan banyak pengalaman. Frekuensi produksi ke tempat klien kurang lebih dilakukan 3 hingga 4 kali dalam satu minggu dan sisa hari kerja dilaksanakan secara *Work From Office* (WFO). Dengan mencoba magang di kota lain, terutama di luar kota Tangerang dan Jakarta, penulis pun pasti akan memiliki gambaran bagaimana sistematika, laju kerja dan budaya kerja kota lain di Indonesia. Setelah pertimbangan cukup

panjang dan juga diskusi terhadap tanggal mulai bekerja, penulis pun memutuskan untuk melaksanakan kerja magang di Kayana Creative.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa penulis memilih Kayana Creative sebagai tempat untuk melaksanakan kerja praktik magang. Tujuan pemilihan Kayana Creative sebagai tempat magang adalah untuk meningkatkan pengalaman yang dimiliki oleh penulis dan juga mempelajari tentang proses kreativitas untuk visualisasi setiap media-media promosi yang digunakan oleh agensi digital tersebut.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud pelaksanaan kerja magang pastinya adalah sebagai salah satu syarat kelulusan dalam upaya untuk mendapatkan gelar Sarjana Desain (S. Ds.) dari Universitas Multimedia Nusantara. Tujuan dari pelaksanaan kerja magang adalah memberikan kesempatan bagi penulis sebagai mahasiswa untuk mendapatkan simulasi dan pengalaman dalam lingkungan kerja nyata sesuai dengan bidang studi atau minat. Melalui magang, ilmu dan teori yang selama ini sudah dipelajari selama melaksanakan perkuliahan di Universitas Multimedia Nusantara, dapat diaplikasikan ke dalam situasi dunia kerja nyata. Selain itu, terdapat beberapa tujuan lain yang ingin dicapai penulis dalam melakukan praktik kerja magang, Tujuan tersebut sebagai berikut ini :

1. Mendapatkan pengetahuan tentang tahapan perancangan media-media promosi yang, baik media *online* maupun media *offline*.
2. Memperluas pengetahuan dalam bidang fotografi serta menambah pengalaman dalam proses menciptakan sebuah karya foto, baik secara teknis maupun kreativitas.
3. Selain pengetahuan dalam bidang fotografi, penulis juga mempelajari lebih dalam tentang pengetahuan desain, sosial media, manajemen bisnis serta dunia digital dan marketing.
4. Memperoleh pengalaman tentang cara berkomunikasi antar rekan di dunia kerja dengan tujuan agar mencapai hasil yang maksimal.

5. Memperoleh pengalaman untuk bekerja di agensi digital yang berlokasi di luar kota Tangerang dan Jakarta, sehingga memiliki gambaran bagaimana sistematika, laju kerja dan budaya kerja kota lain di Indonesia. Hal ini juga sekaligus bertujuan memperluas relasi sesama pekerja kreatif di luar kota Tangerang.

Sehingga dapat disimpulkan, tujuan dari pelaksanaan kerja magang adalah untuk memperoleh wawasan dan pengalaman seperti di dunia kerja nyata, untuk pemenuhan syarat kelulusan kampus, serta untuk memperoleh pengetahuan dan pengalaman lebih dalam bidang fotografi, desain, sosial media, manajemen bisnis serta dunia digital dan marketing. Selain itu, di kerja magang penulis pastinya mendapat relasi yang lebih berpengalaman dan profesional di bidangnya. Dengan demikian, kerja magang menjadi langkah awal yang penting dalam mempersiapkan diri untuk karir yang sukses dan juga berkontribusi pada perkembangan pribadi penulis.

1.3 Deskripsi Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Periode waktu pelaksanaan kerja magang untuk kurikulum merdeka tahun ini ditetapkan selama total 640 jam kerja. Adapun pelaksanaan kerja magang penulis dilaksanakan secara tatap muka. Berikut merupakan detail deskripsi waktu dan prosedur pelaksanaan kerja magang yang akan dilaksanakan oleh penulis:

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melaksanakan praktik kerja program MBKM magang dengan periode waktu 640 jam kerja atau setara dengan 3 sampai dengan 4 bulan kerja, yang dimulai dari bulan Agustus hingga Desember 2023. Pelaksanaan magang ini setara dengan 20 SKS. Setelah melakukan diskusi dengan pihak perusahaan, penulis dapat melakukan praktik kerja magang di Kayana Creative yang dimulai pada tanggal 29 Agustus 2023 sampai dengan 1 Desember 2023. Penulis melakukan praktik kerja magang di kantor Kayana Creative yang berlokasi di Panjer, Denpasar Selatan, Bali. Praktik kerja magang dilaksanakan secara tatap muka yakni WFO (*Work from Office*) dan juga WFA (*Work from Anywhere*) untuk kebutuhan

produksi di tempat klien. Pelaksanaan kerja dari hari Senin sampai dengan Sabtu (6 hari kerja). Untuk hari Senin hingga Jumat, jam kerja dimulai dari jam 07.00 WITA sampai dengan 20.00 WITA. Dengan waktu istirahat makan siang selama 1 jam dari jam 12.00 WITA sampai dengan 13.00 WITA. Sedangkan untuk hari Sabtu, sifatnya tentatif, jika ada agenda produksi, biasanya jam kerja dimulai dari jam 9.00 WITA hingga 13.00 WITA atau kurang lebih selama setengah hari kerja saja.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Untuk semester 7 ini, penulis memilih untuk melaksanakan praktik magang. Sehingga mata kuliah yang dipilih adalah *Internship*. Mata kuliah *Internship* ini terdiri dari Professional Business Ethics sebanyak 3 SKS, Industry Experience sebanyak 7 SKS, Industry Model Validation sebanyak 7 SKS, dan Evaluation and Reporting sebanyak 3 SKS. Sehingga Magang Track 1 ini setara dengan 20 SKS. Untuk dapat melaksanakan praktik magang, terdapat beberapa persyaratan akademik yang wajib dipenuhi, yaitu mahasiswa wajib memiliki IPK minimal 2.00 dan juga telah memenuhi minimal 90 SKS. Mahasiswa juga wajib mengikuti kegiatan pembekalan magang periode 2023/2024 untuk jurusan Desain Komunikasi Visual yang diselenggarakan oleh pihak Universitas Multimedia Nusantara.

Dalam proses pencarian tempat kerja magang yang sesuai, penulis mencari banyak lowongan pekerjaan di LinkedIn, Indeed, Instagram, Jobstreet dan juga informasi dari kakak tingkat atau teman seangkatan. Karena kebetulan di bulan Juni, Juli dan Agustus ini adalah periode semester baru, maka banyak perusahaan yang membuka lowongan untuk magang. Untuk jurusan DKV, lowongan yang paling banyak dibuka ialah lowongan untuk desainer grafis. Penulis sebenarnya lebih berminat untuk mengasah potensi dan mencoba pengalaman magang ke bidang fotografi. Namun demikian, penulis tetap melamar ke beberapa lowongan desainer grafis. Beberapa perusahaan yang penulis lamar ialah Tiket.com, Bekantan Creative, Qualita Company dan lainnya, dengan total mencapai 23 submisi ke website merdeka.umn.ac.id.

Setelah submisi tersebut disetujui oleh koordinator magang, penulis pun segera menyiapkan *Curriculum Vitae*, portfolio desain atau fotografi, serta transkrip nilai yang diperlukan sebagai persyaratan untuk melamar kerja kepada pihak perusahaan. Setelah berkas-berkas pribadi siap, penulis segera melamar ke beberapa perusahaan tersebut secepatnya. Setelah mengajukan lamaran, beberapa hari kemudian, penulis mulai mendapat jawaban dari perusahaan-perusahaan tersebut. Penulis pun mencoba mengikuti beberapa wawancara untuk menentukan mana calon tempat magang yang terbaik.

Dari sekian banyak lamaran, penulis cukup cocok dengan salah satu agensi digital yang berlokasi di Bali, yakni Kayana Creative. Penulis mengetahui agensi digital ini dari *platform* Instagram. Setelah memberikan surat lamaran dan melakukan proses seleksi di agensi ini, pihak Kayana Creative cocok dan setuju memberikan kesempatan penulis untuk mengisi posisi magang sebagai fotografer. Agensi digital ini memiliki portofolio yang sangat baik dan hingga saat ini sudah banyak klien ternama di Bali dalam berbagai bidang yang mengandalkan jasa Kayana Creative.

Penulis pernah berkunjung ke kota Bali dan sudah melakukan sedikit riset terhadap peluang agensi di Bali. Peluang agensi di Bali cukup menjanjikan dan terlihat signifikan dari kota lain, dilihat dari Bali adalah kota pariwisata yang ramai dengan turis setiap waktunya. Pastinya bisnis dan perusahaan di Bali membutuhkan jasa agensi untuk memaksimalkan promosi mereka secara digital. Pelaksanaan kerja yang dilakukan secara tatap muka dan kegiatan produksi yang dilakukan langsung di tempat klien membuat penulis semakin yakin akan mendapatkan banyak pengalaman. Dengan mencoba magang di kota lain, terutama di luar kota Tangerang dan Jakarta, penulis pasti akan memiliki gambaran bagaimana sistematika, laju kerja dan budaya kerja kota lain di Indonesia. Setelah pertimbangan cukup panjang dan juga diskusi terhadap tanggal mulai bekerja, penulis pun memutuskan untuk bersiap melaksanakan magang di Kayana Creative yang berlokasi di Bali.