

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam beberapa tahun ini, industri ekonomi kreatif menunjukkan perkembangannya di setiap sektor. Berdasarkan data pada dokumen Statistik Ekonomi Kreatif 2020 yang dibentuk oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI, dijelaskan bahwa ekonomi kreatif adalah penciptaan nilai tambah yang berbasis ide yang lahir dari kreativitas sumber daya manusia (orang kreatif) dan berbasis ilmu pengetahuan. Industri ekonomi kreatif ini menaungi 17 *sub-sektor* industri ekonomi kreatif yang dikelompokkan berdasarkan karya dan prosesnya. Industri Ekonomi kreatif mengembangkan sebuah ide gagasan melalui kreativitas dan keterampilan para individunya menjadi sebuah inovasi dengan gaya dan nilai yang baru. Salah satu *sub-sektor* pada industri ekonomi kreatif adalah *advertising* atau periklanan. Periklanan tidak hanya terbatas pada pemasaran namun berkembang menjadi salah satu fungsinya yaitu sarana membangun citra suatu perusahaan atau individu (Statistik Ekonomi Kreatif, 2020).

Pada sub-sektor *advertising* terdapat bagian yang dikelompokkan untuk memenuhi kebutuhan industri masing-masing dan diantaranya terdapat *branding agency* atau *brand consultant*. Dalam prosesnya, *brand agency* membantu *brand* dalam membangun identitas *brand* dengan melebarkan perspektif terhadap *brand* dan disesuaikan dengan *core brand*. Di era ini persebaran *brand agency* sudah luas dan *independent*, namun sarana utama yang cenderung digunakan adalah media digital. Berdasarkan research di media sosial, *brand agency* umumnya memiliki cara tersendiri untuk menampilkan jati dirinya sebagai sebuah *brand consultant*.

Perkembangan dan pertumbuhan setiap *brand agency* dapat dilihat dari berbagai aspek tidak terkecuali hasil karya dan aktivitas yang berlangsung di dalamnya, diantaranya memberi ruang untuk berpendapat dengan membuka

komunikasi yang interaktif antara *brand agency* dan audiens, serta ruang tumbuh dengan membuka peluang untuk turut bergerak bersama di dalamnya. Dalam hal ini, ditarik beberapa contoh *brand agency* yang hadir dalam industri kreatif dan memiliki keunggulannya masing-masing.

Aiti Media sebagai salah satu *brand agency* asal Bali dan telah berdiri dari 2018. Pada tahun 2021 telah membuat cabang di Jakarta agar dapat memperluas lingkup pekerjaan dan proyek. Berdasarkan data dan rekam digital pada website resmi www.aitimedia.com, proyek yang dijalankan bukan hanya untuk pihak klien saja tetapi juga untuk pihak internal dan umum ke masyarakat luas. Beberapa diantaranya adalah workshop program yang dikembangkan oleh Aiti Media untuk membagikan insight mengenai design ke konsumen umum, lalu intern program untuk individu yang tertarik untuk belajar dan bekerja sama di dalam Aiti Media selama waktu yang ditetapkan, serta karya jurnal yang ditulis dan dibagikan oleh Aiti Media. Selain itu Aiti Media juga turut membagikan hasil karyanya sebagai portofolio melalui platform sosialnya. Dengan demikian, penulis tidak hanya dapat mengembangkan *hard skill* penulis, tetapi juga mengembangkan *soft skill* melalui posisi dan industri tempat magang penulis selama permagangan..

Melalui program magang ini, penulis berharap setelah menyelesaikan magang di Aiti Media penulis dapat lebih kreatif dalam mengkomposisikan sebuah desain untuk klien dengan tipe desain dengan variasi yang berbeda, lebih cekatan dalam menggunakan *software* yang menjadi standar industri saat ini, melatih *soft skill* penulis terutama agar dapat lebih detil dalam mengerjakan pekerjaan, serta dapat menambah teman baru dan koneksi kerja yang lebih luas.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dari pelaksanaan kerja magang yang dilakukan di perusahaan Aiti Media adalah sebagai syarat kelulusan untuk memperoleh gelar sarjana di Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Multimedia Nusantara.

Adapun tujuan dari pelaksanaan kerja magang di perusahaan Aiti Media adalah untuk dapat menerapkan ilmu yang telah dipelajari selama proses perkuliahan ke dalam dunia kerja, menambah pengalaman dan ilmu tentang bagaimana proses bekerja di dunia kerja khususnya di dalam industri kreatif, mengembangkan dan mengasah design skill untuk memenuhi kebutuhan setiap client yang berbeda-beda di Aiti Media, mempelajari soft skills yang dibutuhkan dalam bekerja, seperti time management skill, komunikasi, tanggung jawab terhadap tugas dan deadline, serta kemampuan untuk berkoordinasi dengan sesama anggota.

Deskripsi Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.2.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Waktu pelaksanaan kerja magang dalam program magang merdeka ini adalah 20 SKS yang setara dengan 21 minggu kerja atau 640 jam kerja. Untuk memenuhi kuantitas ini, pelaksanaan kerja magang di Aiti Media dijalankan selama 6 bulan, dimulai dari tanggal 24 Juli 2023 hingga 24 Januari 2024

Selama melaksanakan kerja magang di Aiti Media, penulis bekerja dari pukul 09:00 hingga 18:00 dengan istirahat 1 jam selama 5 hari seminggu dan libur pada hari Sabtu dan Minggu. Sesuai perjanjian dengan supervisi, penulis melakukan kerja secara hybrid yaitu 1 hari work from office dan 4 hari work from home.

1.2.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur yang dilakukan oleh penulis dimulai dengan melakukan registrasi magang di kampus menggunakan *website* kampus merdeka. Penulis menginput data-data magang seperti nama perusahaan, alamat perusahaan, nomor telepon perusahaan, *website* perusahaan, serta divisi dan posisi yang akan menjadi posisi penulis di tempat magang tersebut. Setelah mengisi data registrasi magang di *website* kampus merdeka, penulis menunggu persetujuan dari koordinator magang dan kaprodi Desain

Komunikasi Visual terkait dengan perusahaan tujuan magang penulis, Setelah mendapatkan persetujuan yang dapat dilihat oleh penulis di *website* kampus merdeka, penulis melanjutkan langkah selanjutnya dengan menghubungi pihak Aiti Media.

Prosedur yang dilakukan oleh penulis dalam menghubungi pihak Aiti Media dimulai dengan melakukan pengecekan apakah Aiti Media sedang membuka lowongan magang atau tidak dengan mengunjungi LinkedIn resmi Aiti Media. Setelah mendapatkan konfirmasi terkait lowongan magang, persyaratan serta posisi yang dibuka sebagai lowongan magang, calon pelamar harus mengirimkan CV serta portfolio mereka sesuai dengan posisi yang dilamar melalui email ke email resmi Aiti Media.

Setelah mengirimkan CV dan portfolio, pelamar akan dihubungi kembali oleh Aiti Media untuk mengatur jadwal *interview* yang dilaksanakan via daring. Setelah melakukan *interview*, tim Aiti Media akan mereview CV dan portfolio pelamar sebelum akhirnya pelamar akan dihubungi oleh tim Aiti Media via email untuk mengkonfirmasi penerimaan lowongan tersebut. Setelah mendapatkan email konfirmasi, pelamar akan dihubungi via Whatsapp untuk mendapatkan informasi detail kerja dan waktu pelamar akan datang ke studio. Selama melakukan kerja magang, penulis memiliki beberapa persyaratan yang harus dipenuhi, seperti harus memenuhi 800 jam kerja serta melakukan bimbingan bersama dosen pembimbing sebanyak 4 kali sebelum evaluasi 1 dan 4 kali sebelum evaluasi kedua dengan total 8 kali bimbingan.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A