

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era modern ini, perkembangan teknologi telah membawa perubahan besar dalam dunia media, hiburan, dan pemasaran. Salah satu aspek penting dalam perkembangan ini adalah penggunaan *social media* dalam strategi pemasaran. *Social media* juga berhasil menjadi aspek penting dalam dunia berkomunikasi atau bisa di sebut sebagai sosialisasi manusia. Selama bertahun-tahun, terdapat banyak platform *social media* yang kini telah digunakan oleh seluruh masyarakat. Selain perkembangan jenis peralatan teknologi maupun *software* aplikasi pendukung, perkembangan ini juga berdasarkan pada semakin meratanya pengguna teknologi informasi ini. Dalam berkomunikasi antar manusia, salah satu aspek di dalamnya adalah sarana atau media komunikasi, disini *social media* menjadi bagian dari sarana atau media komunikasinya.

Selain untuk berkomunikasi atau bersosialisai, *social media* kini menjadi salah satu media yang paling banyak digunakan untuk tujuan *social media* marketing karena dapat menjangkau *audience* yang luas dengan lebih cepat dari seluruh dunia. Secara umum, peran pemasaran dalam pengembangan bisnis masih sama, namun cara melaksanakannya terus berubah seiring dengan perkembangan teknologi. *Social media* hadir dalam berbagai bentuk, termasuk *blog*, *microblogs*, *social networks*, dan *media-sharing sites*. Menurut B.K. Lewis (2010), dalam bukunya yang berjudul “*Social Media and Strategic Communication Attitudes and Perceptions among College Students*”, beliau menyatakan bahwa *social media* merupakan suatu label yang merujuk pada teknologi digital yang berpotensi membuat semua orang untuk saling terhubung dan melakukan interaksi, produksi dan berbagi pesan. Dalam dunia bisnis, *social media* sangat dibutuhkan untuk membangun relasi antara audiens termasuk menarik perhatian mereka, maka dari

itu, pesan yang ingin disampaikan harus memenuhi visual yang menarik. Peran sebuah desain grafis dibutuhkan untuk menciptakan visual yang bagus.

Universitas Multimedia Nusantara (UMN) sebagai Lembaga Pendidikan yang selalu mengikuti perkembangan teknologi di dunia media, khususnya di bidang film, memiliki program acara yang diselenggarakan setiap dua tahun, yaitu IMOVICCON. Acara tersebut diselenggarakan dibawah Prodi Film di Universitas Multimedia Nusantara. Acara ini telah menjadi wadah yang penting bagi para mahasiswa dan profesional film untuk berbagi ide, berkolaborasi, dan mengeksplorasikan perkembangan dalam industri film. Sebagai salah satu elemen kunci dalam acara ini, penggunaan *social media* sebagai alat pemasaran dan promosi telah menjadi fokus utama penulis magang di Prodi Film. Dalam konteks IMOVICCON, peran desainer grafis dan *social media manager* sangatlah penting. Sebagai desainer graifs, penulis bertugas untuk menciptakan desain visual yang menarik dan sesuai dengan identitas IMOVICCON untuk kebutuhan *social media*. Sementara itu, sebagai *social media manager*, penulis bertanggung jawab atas strategi pemasaran melalui *social media*, seperti membuat ide konten. Penulis memilih untuk magang di tempat tersebut dengan posisi tersebut oleh karena dengan *job description* yang lumayan masih baru bagi penulis, penulis ingin mengembangkan pengetahuan mengenai mengelolakan *social media* sebagai media untuk mempromosikan sesuatu. Penulis juga ingin memperluas pengetahuan mengenai cara bekerjanya sebuah tim yang diluar dari jurusan penulis.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Selama proses pelaksanaan magang di prodi Film, Universitas Multimedia Nusantara, yang menjadi tujuan utama adalah untuk memenuhi mata kuliah wajib dari Kampus Merdeka yaitu *Internship track 1* sebagai persyaratan kelulusan. Selain dari tujuan tersebut, adapun tujuan lainnya yaitu:

1. Mampu mengaplikasikan ilmu dan *skill* mendesain, termasuk *layouting*, pemilihan tipografi dan merancang promosi di *social media*, yang dipelajari masa perkuliahan ke dalam dunia kerja.

2. Melakukan kegiatan adaptasi terhadap transisi antara dunia perkuliahan dengan dunia kerja.
3. Memenuhi salah satu syarat kelulusan program sarjana dari Universitas Multimedia Nusantara.
4. Meningkatkan soft skill yang dimiliki seperti *time management*, *leadership*, dan juga bekerja bersama departemen lainnya dalam menghasilkan karya untuk kebutuhan perusahaan.
4. Meningkatkan *skill* yang dimiliki baik *soft skill* maupun *hard skill* baru yang hanya mampu didapat dari pengalaman bekerja di luar lingkup perkuliahan.
5. Memahami secara lebih mendalam serta teliti *brief* yang telah diberikan oleh atasan.
6. Mengasah keterampilan menggunakan aplikasi profesional seperti Illustrator, Photoshop dan InDesign dalam konteks merancang material promosi di social media.
7. Memahami secara lebih mendalam mengenai proses *workflow* seorang *graphic designer* yang menangani platform *social media* jika bekerja secara WFO.

1.3 Deskripsi Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Berdasarkan peraturan dan ketentuan yang diberikan oleh Universitas Multimedia Nusantara mengenai syarat kelulusan program kerja magang, penulis diharuskan menyelesaikan 640 jam kerja dengan rata-rata sebagai 8 jam per harinya. Penulis diwajibkan untuk melalui beberapa tahapan administrasi sebelumnya dengan rincian yang akan dijabarkan secara lanjut dalam kedua poin di bawah.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Periode kerja magang dimulai pada bulan Agustus 2023, tepatnya pada tanggal 24 Agustus 2023 hingga 6 November 2023. Mengenai ketentuan masuk kerja dari pihak Prodi Film, karena penulis diletakkan di divisi marketing serta divisi acara, pelaksanaan kerja magang dilakukan secara

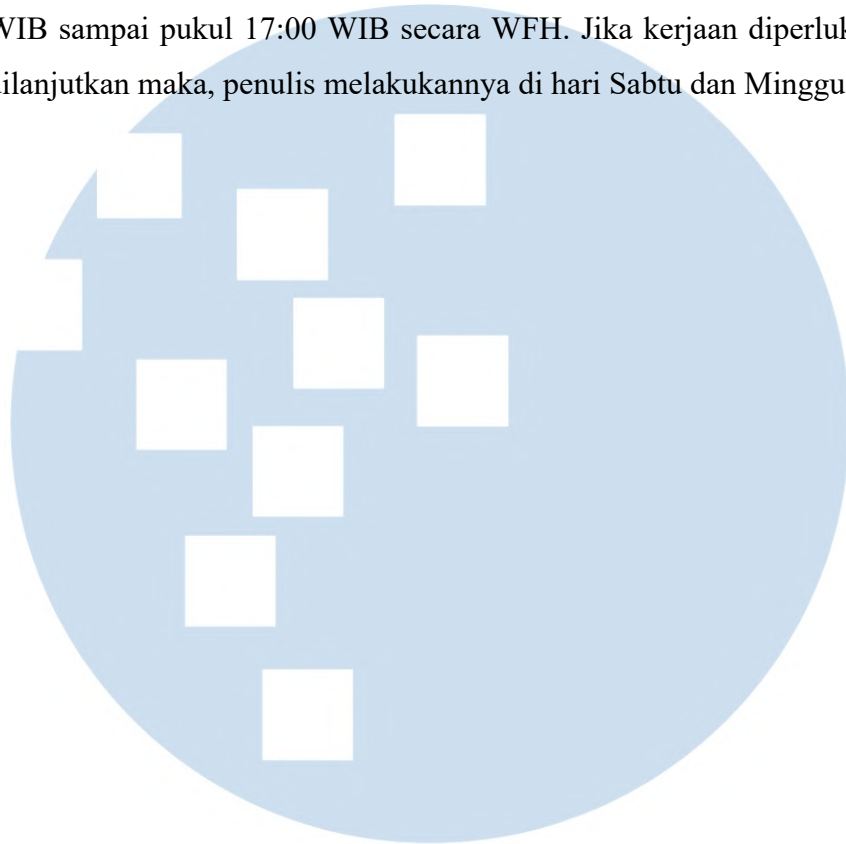
WFO, namun diperbolehkan untuk bekerja secara *remote* (dilakukan secara WFH) jika penulis tidak diharuskan untuk datang ke kantor. Hari kerja sendiri dimulai dari hari Senin sampai Jumat (lima hari kerja). Jam kerja yang diterapkan di Prodi Film, Universitas Multimedia Nusantara pada umumnya dimulai pada pukul 08.00 hingga 17.00 WIB jika WFO dan 11.00 – 17.00 jika WFH, namun ada saat dimana penulis dianjurkan untuk lembur jika ada rapat tertentu ataupun latihan buat keperluan acara. Untuk pekerjaan di hari Sabtu dan Minggu, pada umumnya merupakan kelanjutan dari pekerjaan sebelumnya, maka pekerjaan yang memiliki deadline minggu depannya lagi, maka pekerjaan dilakukan di saat itu juga.

Penulis telah menyelesaikan total waktu 640 jam kerja selama 438 hari, yang mengartikan bahwa penulis sudah berhasil mencukupi syarat jam kerja penyelesaian kerja magang.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pada hari Senin, 21 Agustus 2023, melalui group Whatsapp magang, Penulis melihat poster mengenai lowongan kerja sebagai *graphic designer* di Prodi Film. Di hari yang sama, penulis mengirim *CV* dan portfolio melalui email yang kemudian menerima email undangan untuk interview. Dalam waktu yang sama, penulis mengajukan tempat magang ke website merdeka sebagai persyaratan untuk melakukan mata kuliah Internship track 1. Interview tersebut dilaksanakan pada tanggal Selasa, 22 Agustus 2023, melalui platform zoom. Pada tanggal Selasa, 22 Agustus 2023, interview tersebut dipimpin oleh para dosen-dosen dari Prodi Film yaitu: Kak Christine, Kak Salima, Mbak Rista, Kak Levinthus, dan Mas Perdana. Di hari yang sama, penulis dinyatakan telah diterima magang di Prodi Film, Universitas Multimedia Nusantara. Pada tanggal 24 Agustus 2023, penulis diminta untuk datang ke kantor untuk menandatangani kontrak kerja dan juga memulai pelaksanaan proses magang. Proses magang tersebut dilaksanakan setiap hari secara WFO, Senin sampai Jumat dari jam 08:00 WIB sampai pukul 17:00 WIB. Namun jika ada kepentingan lain ataupun keperluan yang memerlukan

penulis untuk tidak datang ke kantor, penulis tetap *standby* dari jam 08:00 WIB sampai pukul 17:00 WIB secara WFH. Jika kerjaan diperlukan untuk dilanjutkan maka, penulis melakukannya di hari Sabtu dan Minggu.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA