



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

Modern advertising atau periklanan modern saat ini semakin berkembang dengan metode pendekatan yang tidak biasa. Tidak lagi sebatas di televisi dan papan reklame, promosi-promosi yang bersifat interaktif dimana konsumen menjadi bagian dari promosi yang dibuat di area publik mulai bermunculan, ditambah beraneka ragamnya media *digital* sebagai sarana periklanan baru seperti *website*, aplikasi, media sosial, iklan pada *video online* dan lain-lain. Sejatinya, industri periklanan masih bertahan dan justru berinovasi dengan adanya sarana *digital* yang beragam.

Saat ini, perusahaan periklanan besar di dunia adalah WPP Group plc, Omnicom Group Inc., The Interpublic Group of Companies, Inc. dan Publicis Groupe S.A. Masing-masing memiliki anak perusahaan yang tidak hanya bergerak di bidang periklanan, ada *media service*, *branding*, *PR*, *event*, *sales promotion*, dll.

Kelahiran periklanan modern di Indonesia dimulai sejak bermunculannya merk internasional ke Indonesia. Secara tidak langsung, agensi iklan yang menaungi merk-merk tersebut juga mendirikan kantor di Indonesia, contohnya adalah Leo Burnett dengan klien regional nya, Samsung. Selain Leo Burnett, terdapat beberapa agensi periklanan multinasional yang berdiri di Indonesia, diantaranya ada John Walter Thomson (JWT), Ogilvy&Mather, Y&R, Hakuhodo, Dentsu, Grey, MullenLowe, McCann Worldgroup dan Saatchi&Saatchi. Bersamaan dengan itu juga muncul beberapa agensi periklanan lokal yang juga maju seperti Matari, Colman Handoko, SemutApi Colony dan lain-lain. Agensi-agensi tersebut merupakan *full services agency*, yaitu perusahaan iklan

yang memberikan jasa pelayanan mulai dari konsultasi komunikasi merk, proses kreatif sampai produksi dan penempatan media nya.

Praktik kerja lapangan atau kerja magang merupakan program yang diselenggarakan oleh Universitas Multimedia Nusantara sebagai sarana untuk mahasiswa berpartisipasi dalam proyek nyata dan mengenal dunia kerja yang sesungguhnya. Mahasiswa dapat mengaplikasikan pembelajaran dan ilmu yang telah didapat di bangku kuliah pada kerja magang. Namun, khususnya sebagai calon desainer, mahasiswa dituntut untuk mampu bersikap profesional, seperti kemampuan berkomunikasi, disiplin, menepati *deadline*, mengerti arahan dari *supervisor*/klien, dan sebagainya. Diharapkan melalui praktek kerja lapangan ini, mahasiswa dapat mempelajari apa yang sebenarnya dibutuhkan di dunia kerja namun tidak didapat di perkuliahan, menambah relasi, membawa nama baik universitas sehingga siap mengembangkan dirinya untuk bersaing di dunia profesional baik dalam negeri maupun internasional. Mahasiswa dibebaskan memilih perusahaan dengan waktu minimal 320 jam kerja sebagai syarat dari UMN.

Berdasarkan hal diatas, penulis sendiri tertarik untuk melakukan kerja magang di agensi periklanan. Indonesia memiliki banyak agensi dari yang lokal sampai multi-nasional. Penulis memilih Saatchi&Saatchi Indonesia yang merupakan perusahaan multi-nasional, karena memiliki banyak prestasi di ajang Internasional dan telah berdiri lebih dari 10 tahun di Indonesia. Penulis berharap dapat mengenal dunia periklanan dengan cara kerja yang profesional dan ilmu yang telah dipelajari di perkuliahan dapat diaplikasikan.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang yang dilakukan selama tiga bulan memiliki maksud dan tujuan yang berorientasi pada pengembangan ilmu dan pengalaman penulis

dalam bidang yang ditekuni, yaitu desain grafis. Penulis belajar untuk mengaplikasikan ilmu dan praktek yang telah dipelajari di bangku kuliah ke dalam dunia kerja. Adapun tujuan penulis melakukan kerja magang disamping memenuhi persyaratan lulus dari UMN, diharapkan penulis dapat mengetahui cara kerja, sistem yang berlaku serta lingkungan yang akan dihadapi ketika lulus kuliah dan bekerja nanti.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melakukan kerja magang di PT Perwanal Saatchi&Saatchi Indonesia selama tiga bulan terhitung sejak 10 Juli 2017 hingga 12 Oktober 2017. Selama tiga bulan tersebut, penulis menempuh 384 jam kerja yang berarti telah melampaui batas minimal syarat untuk menyelesaikan mata kuliah magang di jurusan Desain Grafis Universitas Multimedia Nusantara, yaitu 320 jam.

Sebelum melaksanakan kerja magang di perusahaan atau instansi yang bergerak dalam bidang desain grafis, terdapat berbagai prosedur yang perlu dilakukan oleh penulis. Adapun tahap yang dilakukan sebagai berikut:

1. Penulis melakukan pencarian informasi tempat magang yang sedang membuka lowongan melalui internet maupun rekomendasi senior dan orang-orang sekitar. Tidak hanya itu, penulis mencari informasi mengenai agensi-agensi di Indonesia, sejarah dan prestasinya, sampai siapakah orang yang bertanggung jawab di perusahaan tersebut;
2. Kemudian setelah mendapatkan beberapa alternatif, penulis mengajukan daftar perusahaan atau KM-01 kepada Koordinator Magang;
3. Setelah disetujui, tahap pertama yang dilakukan adalah mengirim aplikasi kerja magang melalui surat elektronik disertai dengan lampiran *curriculum vitae* dan *portfolio*;
4. Penulis menerima telfon berupa panggilan untuk melakukan interview;

5. Penulis melakukan proses interview oleh *Group Head of Creative* dari Saatchi&Saatchi Indonesia dengan membawa surat pengantar magang, *curricuculum vitae* dan *portfolio* yang telah dicetak;
6. Kemudian pada hari yang sama, penulis mendapatkan persetujuan penerimaan kerja magang di Saatchi&Saatchi Indonesia dan memperoleh surat penerimaan kerja magang;
7. Penulis kemudian mengurus administrasi kerja magang sesuai dengan prosedur yang telah ditetapkan oleh kampus.

Setelah proses pengajuan dan penerimaan kerja magang, penulis mulai melaksanakan kerja magang di Saatchi&Saatchi Indonesia dengan beberapa aturan selayaknya yang diterapkan oleh perusahaan lainnya. Jadwal kerja adalah Senin-Jumat, pukul 10.00 sampai dengan 19.00 WIB (8 jam kerja) serta berpakaian rapi dan sopan.

Dalam pelaksanaan kerja magang, setiap pekerjaan yang diberikan kepada penulis terlebih dahulu diarahkan oleh *Art Director* sehingga tercapai kesamaan visi dalam pengerjaan desain. Selanjutnya penulis memiliki kebebasan dalam eksplorasi desain. Setelah selesai, penulis melakukan asistensi hasil kerja melalui *email* maupun secara langsung kepada *Art Director* untuk menerima *feedback* atau revisi yang kemudian disetujui.