



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

Pada persaingan industri yang semakin kuat karena kreatifitas yang semakin berkembang, sebuah perusahaan tidak cukup dengan hanya mengandalkan *advertising* di media lama sebagai medium utama dalam memberikan informasi, bukan karena tidak lagi efektif, namun untuk meningkatkan kesadaran konsumen hingga mempengaruhi keputusan dalam membeli atau menggunakan suatu produk dan jasa, perusahaan juga perlu menggunakan media baru. Perusahaan dapat menggunakan jasa *Brand Consultant* agar dapat memperkenalkan dan memasarkan produknya dengan cara dan metode yang lebih baik serta profesional untuk merancang strategi yang tepat dalam memasarkan dan memperkenalkan produknya kepada konsumen.

Banyak perusahaan menggunakan jasa *Brand Agency* dalam membantu perusahaan dalam membuat rencana, mempersiapkan dan membuat konten visual maupun fisik bagi keperluan promosi yang perusahaan butuhkan (klien).

Salah satu dari sekian banyak *Brand Agency* adalah Alkemistri Seniwara, dimana perusahaan ini adalah perusahaan *intergrated marketing solution* yang telah *handle* banyak klien sejak tahun 1998. Alkemistri Seniwara tidak hanya bergerak dalam menangani suatu *brand* saja, tetapi ia juga bergerak dalam bidang *graphic design, digital, produksi dan media*.

Selama lebih dari 15 tahun berdiri, Alkemistri menangani banyak klien seperti Siloam Hospitals, Sekolah Pelita Harapan, Maybank, Gothoe Institute, Alexandre Christie, UOB, Forissa, Balihai, Egafood, Wings Food dan beberapa perusahaan lainnya.

Brand atau merek adalah bagaimana merepresentasikan produk atau layanan perusahaan. *Brand* atau merek merupakan cerminan *value* yang diberikan

perusahaan kepada pelanggan. Merek juga merupakan aset yang menciptakan *value* bagi pelanggan dengan memperkuat kepuasan dan pengakuan atas kualitas (Kartajaya, dkk. 2004, h.17)

Selain itu pengertian merk menurut David (1997) dikutip dalam Rangkuti 2008, adalah nama atau simbol yang sifatnya membedakan dengan nama atau simbol yang dimiliki perusahaan lain seperti logo, cap atau *packaging* dengan tujuan membedakan dari barang dan jasa yang dimiliki kompetitor.

Tetapi brand atau merek lebih dari sekedar simbol. Dalam bukunya Frangkuti (2004), ia mengungkapkan bahwa merek memiliki 6 tingkat pengertian, yaitu :

- Atribut, yaitu merek mengingatkan pada atribut-atribut tertentu
- Manfaat, yaitu atribut perlu diterjemahkan menjadi manfaat fungsional dan manfaat emosional.
- Nilai, yaitu merek menyatakan sesuatu tentang nilai produsen. Merk yang memiliki nilai tinggi akan dihargai oleh konsumen sebagai merek yang berkelas dan dapat mencerminkan siapa pengguna merk tersebut.
- Budaya, yaitu merek mencerminkan atau mewakili budaya tertentu
- Pemakai, berarti merek menunjukkan jenis konsumen yang membeli atau menggunakan merk tersebut.

Dari poin-poin di atas, menjadi alasan terpenting untuk sebuah perusahaan harus mengelola *brand* atau merek dengan baik, karena *brand* atau merek itu seperti manusia, apabila dikelola dengan baik, maka ia akan bertumbuh dan berkembang besar, dan apabila tidak dikelola dengan baik atau dengan cara yang salah, maka akan mati.

Brand Agency memiliki tujuan untuk mengelola dan mampu menyediakan tenaga profesional dan terlatih untuk membangun perusahaan menjadi lebih besar untuk memasarkan dan memperkenalkan produknya kepada konsumen.

Selama bulan Juli hingga Oktober 2017, penulis diberikan kesempatan untuk magang di Alkemistri Seniwara divisi *Digital Admin*. *Digital Admin*

merupakan orang yang bertanggung jawab untuk mengelola *sosial media* klien, serta melakukan *research* tentang klien melalui media *digital*. Seorang *Admin digital* dituntut untuk peka terhadap informasi yang ada terkait perusahaan klien, dari melakukan *digital listening*, mencari referensi, *analisis media*, analisis kompetitor dan sebagainya. Selain itu, *digital admin* untuk melengkapi data juga perlu melakukan survei.

1.2 Tujuan Kerja Magang

1.2.1 Tujuan

Tujuan dilaksanakannya aktivitas magang adalah :

1. Untuk memenuhi syarat kelulusan mata kuliah magang dan juga melengkapi persyaratan guna memperoleh gelar S-1
2. Untuk mengetahui fungsi dan peran kerja, terutama jurusan yang saya kini, yaitu *Public Relations* dalam dunia kerja yang sebenarnya.
3. Ingin mengetahui aktivitas kerja dalam *Brand Agency* dalam mengelola serta membangun sebuah *brand*.
4. Untuk melatih kerja sama tim dalam dunia bekerja.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Praktek Kerja Magang

Kerja magang ditetapkan sebagai salah satu kewajiban akademis yang harus dipenuhi setiap mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara. Tujuan mata kuliah kerja magang diharapkan agar setiap mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara memperoleh pengalaman pada dunia kerja dan mampu mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh saat kuliah ke dunia kerja yang sesungguhnya.

Pelaksanaan kerja magang penulis laksanakan sejak 3 Juli 2017 hingga 6 Oktober 2017. Penulis mengikuti prosedur dan peraturan kerja sama dengan karyawan lain, yaitu masuk pukul 09.00 -18.00 WIB setiap hari Senin sampai Jumat.

Pada saat sebelum melamar, saya membuat *curriculum vitae* dan *resume* kemudian mengirimkan *e-mail* kepada bagian HRD PT Alkemistri Seniwara pada tanggal 6 Mei 2017 dan ditanggapi setelah 2 minggu, kemudian ditetapkan jadwal untuk *interview* dan beberapa hari kemudian saya dinyatakan untuk berkesempatan magang di Alkemistri Seniwara, namun juga tetap diberi fleksibilitas untuk mencari perusahaan lain selagi masih ada kesempatan, asalkan memberitahu apabila pada akhirnya memilih perusahaan lain.

Penulis melakukan kerja magang dibawah bimbingan K.Nugroho yang dimana beliau selaku *Digital Project Manager*, namun karena seringnya beliau tidak ada di tempat, ia memberi wewenang kepada Sintia Fransiskha selaku *Account Executive* selagi bapak K.Nugroho tidak dikantor.

Saat proses magang berlangsung, penulis belajar untuk bekerja menyelesaikan tugas yang diberikan, beradaptasi dengan lingkungan kerja dan juga menjali hubungan baik dengan seluruh karyawan di lingkungan kerja Alkemistri Seniwara

UMIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA