

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dalam beberapa tahun, peringkat ke-empat di dunia dalam total populasi diduduki oleh Indonesia. Kenaikan jumlah penduduk di Indonesia pun cukup signifikan. Sejak tahun 1960 jumlah jiwa di Indonesia meningkat sekitar 1,216% dan menghasilkan angka sebanyak 249.865.631 jiwa pada tahun 2013 (World Bank, 2014). Dari data jumlah penduduk tersebut hampir semua orang memiliki ponsel/telepon genggam. Di Indonesia jumlah pelanggan telepon seluler meningkat dengan drastis dari tahun ke tahun. Pelanggan telepon bergerak seluler di Indonesia menyentuh angka 3,6 juta di tahun 2000, dan menyentuh angka 280 juta di tahun 2012 (ITU-D ICT Statistics, 2014).

Dari data pengguna telepon bergerak seluler, membuktikan bahwa perkembangan industri di era 4.0 ini sangat bergerak di bidang teknologi digital. Melalui perkembangan ini, perusahaan dan juga start up akan semakin mudah untuk melakukan pemasaran yang dikenal dengan digital marketing. Teknik pemasaran ini dilakukan melalui media sosial (Tarihoran, J. E., 2021). Sebuah *brand* atau usaha dapat memperkenalkan dirinya kepada konsumen secara langsung. Dengan adanya sosial media dan pemasaran digital lainnya, konsumen akan merasa lebih dekat dengan *brand* tersebut. Dari banyaknya jenis pemasaran yang ada, salah satu cara sebuah perusahaan dapat melakukan promosi adalah dengan menggunakan *company profile*.

Video *company profile* adalah media penyampaian informasi dan promosi secara visual melalui video yang menarik, sehingga meningkatkan daya tarik masyarakat terhadap sebuah perusahaan. Perancangan ini diharapkan menjadi solusi untuk mengenalkan profil perusahaan secara menyeluruh. *Company profile* adalah gambaran atau identitas perusahaan yang menjelaskan tentang berbagai

produk atau jasa yang mereka miliki secara verbal dan grafis. Informasi tersebut mencakup keunggulan dan nilai produk dan jasa, serta berbagai layanan yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen. Maka dari itu, demi menjangkau market yang luas sebuah perusahaan perlu menggunakan *company profile* sebagai alat promosi mereka (Annashri, R., & Putra, S. J., 2021).

Selain dari faktor kemajuan era digital dan industri periklanan, penulis juga menempuh pendidikan di Universitas Multimedia dan mengambil jurusan film. Untuk menciptakan sebuah film harus melalui tahap-tahap sebagai berikut: cari teori tahap produksi, Maka dalam jurusan ini penulis mempelajari banyak hal mulai dari cara mengembangkan sebuah film, kemudian cara mempersiapkan produksi, eksekusi pembuatan film, dan menyatukan hasil tersebut melalui proses *editing*. Tak selesai di situ, film yang telah dibuat juga perlu didistribusikan sehingga dalam proses pendidikan, penulis mempelajari bisnis dan cara mengiklankan sebuah produk. Maka dari itu, dengan bekerja di industri periklanan dan *creative agency* penulis dapat menerapkan *skill* dan ilmu yang telah penulis dapatkan sebelumnya di masa perkuliahan serta cocok dengan *passion* penulis.

## **1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang**

Magang di industri *creative agency* tentunya bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang dapat penulis terapkan di kemudian hari. Selain pemahaman, penulis juga ingin mengembangkan keterampilan yang relevan dengan industri yang sedang berkembang dengan pesat ini. Di perusahaan PT. Kisah Kita Kreatif penulis diberikan kesempatan untuk menjadi *art director*. *Art director* adalah individu yang bertanggung jawab atas keseluruhan tampilan visual di berbagai media seperti majalah, surat kabar, kemasan, film, dan produksi televisi. Mereka merancang keseluruhan desain untuk sebuah proyek dan memberikan arahan kepada tim yang bekerja sama dalam menciptakan layout atau karya seni (Jessica, C. 2024). Seorang *art director* juga bertanggung jawab dalam memastikan semua

karya memenuhi standar produksi, menyelesaikan masalah operasional, melakukan riset konsep, dan mengawasi biaya proyek seni (Jessica, C. 2024).

Melalui kesempatan ini sehingga ada beberapa harapan yang ingin dicapai oleh penulis. Penulis ingin mengetahui kedudukan dan koordinasi sebagai seorang *art director*, mulai dari mendapatkan pengalaman untuk memahami konsep-konsep teori yang selama ini dipelajari di bangku perkuliahan untuk diterapkan dalam praktik sehari-hari dalam industri kreatif. Tak hanya itu, penulis juga berharap dapat mengembangkan keterampilan pada sisi artistik dan meningkatkan kualitas skill pengeksekusian di lapangan. Melalui proses magang ini, penulis juga memiliki harapan besar untuk memiliki jaringan profesional yang besar mulai dari bertemu klien potensial mau pun partner seniman yang dapat berkarya bersama dalam dunia profesional sembari mempelajari dinamika di dunia kerja.

Melalui posisi yang dipercayakan oleh perusahaan yaitu sebagai *art director* penulis ingin memberikan kontribusi yang positif kepada perusahaan pula. Sebagai generasi muda, penulis ingin membawa perubahan dan inovasi terhadap ide ide kreatif dan solusi ketika terjadi permasalahan demi memperkaya *portfolio* perusahaan. Penulis juga akan memberikan kontribusi dan berkolaborasi dengan tim agar dapat mencapai target dengan kualitas yang maksimal dan sesuai dengan tenggat waktu yang diberikan. Dengan maksud, tujuan, dan kontribusi tersebut, penulis berharap bisa mendapatkan pengalaman berharga dan memberikan nilai tambah bagi perusahaan *creative agency* yang bersangkutan.

### **1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Kontrak program kerja magang di PT. Kisah Kita Kreatif berlangsung selama sekitar lima bulan dari Desember 2023 hingga Mei 2023. PT. Kisah Kita Kreatif menerapkan sistem kerja *Work from Anywhere (WFA)*, tergantung dengan bidangnya masing-masing. Dalam kasus penulis yang bekerja sebagai *art director*, penulis seringkali diwajibkan untuk datang ke kantor atau *meeting* dengan klien,

serta datang ke lokasi syuting untuk memastikan proses syuting dan kualitas yang dihasilkan sesuai dengan standar OurTale. Jam kerja di sini jam 09.00 WIB hingga 18.00 WIB. Situasi jam kerja tersebut dapat berubah sesuai dengan kebutuhan dari pekerjaan pada hari itu.

Hari kerja berlangsung setiap hari Senin-Jumat, akan tetapi penulis harus tetap siap jika diminta untuk hadir pada hari Sabtu, Minggu mau pun tanggal merah karena menyesuaikan dengan jadwal klien sendiri. Untuk bekerja dalam proses magang ini, penulis melalui beberapa tahapan sebagai pelamar di perusahaan PT. Kisah Kita Kreatif, hal tersebut akan penulis jabarkan di tabel berikut ini:

Tabel 1.1 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

Tanggal	Keterangan
November awal (sebelum melamar)	Penulis memenuhi persyaratan bahwa sudah lulus dengan 90 SKS selama 5 (lima) semester sebelumnya, pernah mengikuti pembekalan magang di kelas <i>Professional Development</i> , dan memiliki IPS minimal 2.50 serta IPK minimal 3.00.
Professional Developmet	Mengikuti pembekalan magang sebagai salah satu persyaratan mendaftar magang yang diadakan di salah satu sesi kelas <i>Professional Development</i> .
15 November – 30 November 2023	Melakukan riset mengenai beberapa rumah produksi dan agensi yang membuka lowongan pekerjaan magang untuk posisi <i>production assistant</i> , <i>production manager</i> , dan <i>art director</i>

Tanggal	Keterangan
15 November – 30 November 2023	termasuk PT. Kisah Kita Kreatif sebelum mendaftarkan diri.
1 Desember 2023	Mendaftarkan diri dan mengirimkan CV ke PT. Kisah Kita Kreatif melalui <i>e-mail</i> dan Whatsapp perusahaan.
5 Desember 2023	Melakukan proses <i>interview</i> dengan <i>HR</i> dan <i>CFO</i> secara daring
7 Desember 2023	Melakukan proses <i>interview</i> tahap 2 dengan <i>HR</i> , <i>CFO</i> , dan <i>CEO</i> secara tatap muka.
12 Desember 2023	Mulai bekerja di OurTale atau PT. Kisah Kita Kreatif
14 Desember 2023	Mengurus kelengkapan penerimaan kerja, mulai dari <i>MoU</i> atau kontrak surat magang dan melengkapi kebutuhan-kebutuhan data di <i>website</i> merdeka Universitas Multimedia Nusantara.

UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA