

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada era perkembangan zaman yang cepat serta dinamis, banyak perusahaan bisnis yang telah mengalami perubahan pertumbuhan dan transformasi yang signifikan. PT Seidai Kibo Nusantara merupakan sebuah perusahaan yang awalnya didirikan sebagai sebuah usaha kecil di bidang *food and beverage*, tetapi dengan visi yang kuat dan komitmen terhadap inovasi yang baru, perusahaan ini telah berkembang dengan baik. Dengan berbagai perubahan dan tantangan dalam pasar global yang terus berubah dan persaingan yang ketat dalam dunia bisnis khususnya dibidang kuliner, PT. Seidai Kibo Nusantara dapat menyesuaikan diri dan bahkan memanfaatkan perubahan tersebut sebagai peluang untuk pertumbuhan. Kemampuan untuk beradaptasi dengan keadaan dan mampu bersaing dengan kompetitor lainnya merupakan suatu faktor pendorong kesuksesan dari perusahaan ini sehingga perusahaan ini mampu bertumbuh dan berkembang dengan baik. Selain itu menciptakan inovasi terbaru seperti mengeluarkan produk – produk baru di setiap tahunnya merupakan suatu faktor yang mendorong kesuksesan dari perusahaan ini.

Dalam perusahaan memiliki tim di setiap divisinya yang berkembang menjadi suatu kelompok yang lebih besar dan berkembang serta menjadi lebih kompleks. Pada setiap divisi memiliki tugas dan tanggung jawab yang semakin lama semakin berkembang dan memajukan pertumbuhan bisnis. Salah satu divisi yang berkembang yaitu tim pemasaran dikarenakan pentingnya kebutuhan pemasaran yang terus berkembang agar dapat memperluas target pasar serta mampu bersaing dengan kompetitor lainnya. Dalam tim pemasaran juga bermacam – macam tugas seperti pemasaran produk, pemasaran media sosial, pemasaran konten dan lain – lainnya. Seiring perkembangan zaman, perusahaan ini dapat memperkuat

pemasarannya dipasar dan selalu memperluas target pasarnya dengan penjualan produk yang inovatif dan strategi pemasaran yang sudah direncanakan dengan baik.

Branding merupakan salah satu konsep penting yang dimana melibatkan pengelolaan merek untuk produk yang dijual. Branding bertujuan untuk membangun citra positif kepada konsumen agar dapat melekat pada pemikiran konsumen. Menurut Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual (DJKI), Branding adalah tanda yang dibuat dengan visual berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk dua dimensi atau tiga dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari dua atau lebih unsur tersebut agar memiliki ciri khas dari perusahaan itu sendiri. Sedangkan menurut Wirania Swasty (2016) “Branding : Memahami dan Merancang Strategi Merek” (hlm.5) menjelaskan bahwa Branding adalah penanda suatu produk atau jasa yang memiliki elemen visual (logo, maskot, kemasan) atau unsur verbal (nama, tagline, jingle) yang membedakan dengan kompetitor yang bergerak dibidang yang sama. Branding dan Desain Komunikasi Visual memiliki hubungan yang erat karena visual merupakan salah satu elemen kunci dalam membangun sebuah identitas merek yang kuat dan dapat mengkomunikasikan makna ataupun pesan dari sebuah merek kepada konsumen. Oleh karena itu, PT Seidai Kibo Nusantara membutuhkan seorang anak Desain Komunikasi Visual untuk membantu memelihara identitas merek dari sebuah produk yang dijual. Alasan penulis memilih tempat magang tersebut karena penulis ingin menggali ilmu lebih dalam terkait memasarkan sebuah produk dalam dunia digital dengan menggunakan visual untuk memperluas target pasar.

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

Adapun tujuan penulis mengikuti kegiatan magang sebagai berikut :

1. Menerapkan ilmu pengetahuan yang telah dipelajari selama perkuliahan ke dalam sebuah industri.
2. Mendapatkan pengalaman kerja secara profesional dan menambah wawasan kerja dalam industri bagian desain grafis.
3. Mengembangkan ilmu baik itu *soft skill* maupun *hard skill* ketika bekerja dalam sebuah industri.

4. Memperluas jaringan dengan rekan kerja professional di dunia industri.

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

Waktu untuk magang memiliki jam yang berbeda dimana ada yang dimulai pada pukul 08.00 WIB, ada juga yang dimulai pada pukul 09.00 WIB dan lain – lainnya. Selain itu juga setiap perusahaan memiliki waktu atau durasi bekerja yang berbeda - beda sesuai dengan peraturan perusahaan yang berlaku. PT Seidai Kibo Nusantara merupakan perusahaan dimana waktu bekerja dimulai pada pukul 08.30 WIB hingga 17.30 WIB. Namun setiap tahunnya ketika di hari – hari besar seperti bulan puasa, jam untuk bekerja dimajukan yakni dimulai pukul 08.00 WIB hingga 17.00 WIB.

#### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Periode magang resmi dimulai pada 5 Februari 2024, sampai dengan 20 Juni 2024, dengan jam kerja dari hari Senin sampai hari jumat dimulai dari pukul 08.30 WIB sampai pukul 17.30 WIB dan dalam persetujuannya, penulis diharapkan datang setiap hari. Penulis menyelesaikan 640 jam kerja. Penulis bekerja secara WFO atau bekerja dikantor yang berada di Bintaro. Penulis berangkat dari rumah pada pukul 08.00 WIB pagi menuju ke kantor yang terletak di Juramangu Barat, Pondok Aren, Bintaro (masuk alamat baru) dan sampai di kantor pada pukul 08.30 WIB. Sampai dikantor, penulis ke lantai 2 dan memasuki ruang kerja bagian marketing, setelah itu penulis menulis *daily task* untuk mencatat jam penulis sampai dikantor. Setelah itu penulis mengerjakan, kerjaan yang sudah diberikan oleh supervisor dan apabila sudah kelar, pekerjaan yang sudah dibuat diserahkan kepada supervisor untuk dicek dan diperbaiki apabila ada revisi. Pada pukul 12.00 WIB merupakan waktu istirahat untuk Sholat dan makan siang hingga pukul 13.00 WIB. Setelah istirahat, penulis melanjutkan pekerjaan yang sudah diberikan hingga pukul 17.30 WIB sore merupakan jam pulang kantor hingga sampai dirumah pukul 18.00 WIB malam.

### 1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Sebelum memulai magang, pada pertengahan semester 9 penulis mengikuti pembekalan magang sebagai suatu persyaratan wajib agar dapat mengambil semester 10 dengan *Internship Track 1* selain memenuhi SKS dan nilai akademis yang sudah sesuai. Setelah itu penulis mempersiapkan kebutuhan untuk pendaftaran magang seperti *Curriculum Vitae (CV)* dan *Portfolio* yang sudah penulis buat pada semester 8 namun diperbaiki kembali setelah melakukan pembekalan magang pada semester 9. Ketika waktu registrasi, awalnya penulis memasukkan 3 opsi tempat magang, namun dikarenakan tidak adanya perkembangan info untuk tahap selanjutnya dan keterbatasan waktu membuat penulis menambahkan 2 opsi tempat magang lagi yaitu “PT Seidai Kibo Nusantara” dan “PT Newrehobot”, namun penulis lebih dahulu menerima kontak dari “PT Seidai Kibo Nusantara” untuk melanjutkan ke tahap *interview* pada tanggal 31 Januari 2024. Dalam *interview*, diinformasikan bahwa penulis akan masuk dalam divisi *Creative Marketing* dengan membuat beberapa konten untuk media sosial dan kebutuhan untuk promosi di *e – commerce* dan kebutuhan desain untuk setiap yang tersebar di beberapa mall. Setelah itu penulis memasukan data terkait perusahaan di *website* merdeka untuk meregistrasi perusahaan tempat penulis akan magang. Setelah itu penulis juga memberikan MBKM 01 atau *cover letter* kepada perusahaan tempat penulis magang dan juga perusahaan memberikan surat penerimaan magang untuk dimasukkan kedalam *website* juga. Setelah tahap registrasi selesai maka penulis mendapatkan kartu magang atau MBKM 02 yang akan penulis gunakan selama magang berlangsung. Selain itu selama magang penulis selalu mengisi *daily task* atau MBKM 03 pada *website* merdeka terkait kegiatan penulis selama melaksanakan magang.