

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan era digital semakin berkembang dimasa kini dan semuanya telah dimudahkan dengan adanya media sosial berserta internet. Internet memiliki peran penting dalam dunia pemasaran dan memiliki beberapa daya tarik serta keunggulan bagi para konsumen maupun organisasi. Internet juga merupakan media elektronik mutakhir yang menunjang *e-commerce (electronic commerce)* yang mengalami pertumbuhan pesat (Sutejo, 2006). Dalam bisnis, internet telah menciptakan paradigma baru dengan digital marketing, menggantikan model interaksi *face-to-face* menjadi *e-commerce* B2B, B2C, dan C2C yang melayani segmentasi individu. Dampak dari kemajuan teknologi dan internet adalah kemunculan media sosial yang berperan krusial dalam strategi pemasaran digital karena bisa meningkatkan *brand awareness*. Suksesnya penjualan produk bergantung pada promosi, sehingga strategi pemasaran harus memilih dengan hati-hati media yang akan digunakan (Jasri, Arfan, Hasanuddin, & Hasan, 2022). Hal ini dapat menjadi sebuah peluang bagi seorang grafik desainer dalam mengembangkan desainnya pada dunia digital marketing.

Mahasiswa Desain Komunikasi Visual memiliki banyak peluang dalam dunia digital marketing. Hal ini dapat dikembangkan dalam masa perkuliahan yakni program kerja magang. Program magang yang dilaksanakan Universitas Multimedia Nusantara bertujuan untuk melatih mahasiswa dan mahasiswi agar dapat menjadi lulusan yang profesional dan siap untuk berkarir di masa mendatang. Magang memberikan pengalaman kerja nyata yang penting dalam persiapan karir, memungkinkan kita untuk belajar secara langsung di lingkungan kerja sebenarnya (Amalia, 2023). Selama magang, kita dapat menghadapi tantangan dan belajar cara menyelesaikan masalah, berkomunikasi dengan tim, serta menghadapi situasi yang belum pernah terpikirkan sebelumnya. Pengalaman

ini membentuk fondasi yang kuat untuk memahami dinamika dunia kerja. Selain itu, magang juga membantu dalam pengembangan keterampilan, baik teknis maupun *soft skills* seperti komunikasi dan kepemimpinan. Keterampilan ini akan meningkatkan daya saing di pasar kerja. Magang juga merupakan kesempatan untuk membangun jaringan profesional yang berharga, yang dapat membuka pintu kesempatan di masa depan dan memberikan wawasan industri. Sehingga dalam proses menyelesaikan rangkaian program magang ini, penulis melaksanakan kerja magang pada perusahaan PT Kalman Marketing Agency.

PT Kalman Marketing Agency merupakan sebuah perusahaan *marketing agency* yang berdiri sejak tahun 2007 di Bali. Penulis memilih PT Kalman Marketing Agency sebagai tempat kerja magang karena penulis ingin merasakan pengalaman kerja di agensi yang melayani berbagai macam *brand* terutama pada *brand-brand* besar yang berada di Bali. Melihat kesempatan yang diberikan, PT Kalman Marketing Agency yang menjadikan penulis sebagai *graphics design intern*, sehingga menjadi peluang bagi penulis untuk menangani desain pada beberapa *brand* besar yang berada di Bali. Dalam program magang yang diberikan oleh PT Kalman Marketing Agency, ada beberapa hal yang ditawarkan dan menarik penulis untuk ikut serta seperti, *one-on-one coaching*, *hands on real project*, sertifikat, dan hal lainnya. Melihat sudah 17 tahun tempat ini berdiri dengan berbagai brand yang ditangani, meyakinkan penulis untuk mengikuti program kerja magang di PT Kalman Marketing Agency dengan harapan dapat mengembangkan skill dan belajar menjadi seorang grafik desain dalam dunia profesional.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Program kerja magang merupakan salah satu syarat kelulusan dari Universitas Multimedia Nusantara. Maka untuk memenuhi persyaratan tersebut, pada semester ini penulis mengambil mata kuliah internship track 1 untuk memenuhi persyaratan yang telah ditentukan. Berikut adalah maksud dan tujuan kerja magang yang sedang dilaksanakan:

- a. Menambah dan pengalaman dalam dunia pekerjaan yang profesional dengan menjalankan tugas serta tanggung jawab yang diberikan selama magang
- b. Mengaplikasikan ilmu atau pembelajaran yang telah didapatkan selama berkuliah sebagai mahasiswa Desain Komunikasi Visual di Universitas Multimedia Nusantara
- c. Mengamati serta menganalisis antara konten mata kuliah akademis dan teknik praktis yang diterapkan di lapangan kerja

1.3 Deskripsi Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam menjalani program kerja magang, penulis menjalani posisi sebagai seorang *Graphic Design Intern* pada PT Kalman Marketing Agency. Pihak universitas memberikan kewajiban bagi mahasiswanya untuk menjalankan proses kerja magang sebanyak 640 jam kerja dan 207 jam bimbingan bersama dosen pembimbing yang setara dengan 20 SKS dalam satu semester.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang yang dilakukan oleh penulis dijalani selama 4 bulan. Waktu pelaksanaan magang dilakukan mulai tanggal 2 Februari 2024 sampai 1 Juni 2024 dengan detail sebagai berikut:

1. Nama perusahaan : PT Kalman Marketing Agency
2. Waktu pelaksanaan : 2 Februari 2024 - 1 Juni 2024
3. Waktu kerja : Senin - Sabtu, 09.00-18.00 WITA
4. Posisi magang : *Graphic Design Intern*
5. Alamat Kantor : Jl. Raya Padang Luwih Masuk No.8, Kerobokan Kaja, Kec. Kuta Utara, Bali, 80361
6. Nomor Telepon : 0816-231-791

Dalam proses kerja magang yang telah dilaksanakan, penulis memiliki jam kerja selama 9 jam dengan 1 jam istirahat. Penulis mengerjakan pekerjaannya selama kurang lebih 8 jam dengan tugas-tugas

desain. Jika terdapat tugas melebihi jam pulang kerja, maka penulis berhak untuk melanjutkan pada hari selanjutnya atau dapat memilih untuk lembur.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pada pelaksanaan kerja magang ini, penulis telah melewati beberapa proses hingga pada akhirnya dapat diterima pada kerja magang ini. Berikut adalah rinciannya:

Tabel 1.1 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Tanggal	Keterangan
24 November 2023	Mengikuti pembekalan magang Desain Komunikasi Visual yang diwajibkan oleh kampus untuk memberikan informasi seputaran magang
12 Januari 2024	Penulis mengirimkan CV dan portofolio kepada Unilever dan Mad for Make-up melalui email dan google form
15 Januari 2024	Penulis mengirimkan CV dan portofolio kepada Mitto Group dan Sinarmas Land melalui email
16 Januari 2024	Penulis mengirimkan CV dan portofolio kepada Kawan Lama Grup melalui whatsapps
22 Januari 2024	Penulis mengirimkan CV dan portofolio kepada Kalman Marketing Agency melalui form

	<p>Kalman Marketing Agency menghubungi penulis melalui WhatsApps untuk melakukan interview pada 23 Januari 2024 pukul 16.00 WITA</p>
<p>23 Januari 2024</p>	<p>Penulis melakukan tahap <i>interview</i> bersama HRD PT Kalman Marketing Agency pukul 16.00 - 16.30 WITA</p>
<p>24 Januari 2024</p>	<p>Penulis dikabarkan oleh HRD PT Kalman Marketing Agency bahwa penulis diterima kerja magang di PT Kalman Marketing Agency</p>
	<p>Penulis mengisi kelengkapan data pribadi internship di PT Kalman Marketing Agency</p>
<p>26 Januari 2024</p>	<p>Penulis mendapatkan surat penerimaan magang beserta surat perjanjian magang untuk ditandatangani</p>
<p>2 Februari 2024</p>	<p>Penulis mulai untuk melaksanakan internship di Kalman Marketing Agency dan membawa surat-surat perjanjian yang telah ditandatangani</p>