

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri di bidang furnitur, aksesoris, dan dekorasi telah mengalami perkembangan pesat seiring perjalanannya waktu. Teknologi yang semakin berkembang menjadi kunci utama dalam perubahan di sektor ini. Industri ini menjadi salah satu sektor yang dibangun dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan manusia khususnya dibidang furnitur terkhusus di residensial. Perkembangan teknologi yang pesat tentu mengubah sektor ini dalam beroperasi. Perkembangan teknologi ini memudahkan sektor dalam menciptakan suatu produk yang lebih inovatif, efisien, dan menambah nilai estetika.

Furnitur merupakan suatu hal yang dibutuhkan selain dalam memperindah ruangan tetapi juga fungsional. Menurut Jamaludin (2014:100,106)[11] Furnitur yang baik harus memperhatikan konstruksinya dikarenakan mempengaruhi terhadap segi keamanan bagi para penggunaannya. Furnitur dapat dibagi menjadi beberapa jenis yang diantaranya sebagai tempat untuk menyimpan suatu hal atau benda, tempat untuk beristirahat, dan tempat untuk melakukan suatu aktivitas seperti belajar, bekerja dan sejenisnya. Oleh karena itu dengan adanya furnitur yang baik dan berkualitas, ruangan tidak hanya terlihat menarik tetapi juga memberikan keamanan, kenyamanan, dan juga fungsi yang optimal.

Selain memberikan potensi yang baik bagi kebutuhan hidup manusia, Industri Furnitur ini juga memberikan potensi berkontribusi pada perekonomian Indonesia karena sangat didukung oleh ketersediaan sumber daya alam yang baik dan berkualitas. Ketua Umum Asmino Dedy Rochimat menyampaikan bahwa Indonesia memiliki potensi yang sangat besar untuk menjadi pusat produksi furnitur global. Indonesia memiliki kekayaan alam yang berlimpah tersebar di 17 ribu pulau dengan bahan baku berkualitas. Oleh sebab itu potensi

ini harus segera dimanfaatkan dan dikembangkan secara maksimal agar dapat meningkatkan kontribusi industri furnitur dalam meningkatkan devisa negara serta kesejahteraan rakyat.

Perkembangan teknologi saat ini menjadi faktor penting dalam mendorong pertumbuhan industri furnitur. Dengan hadirnya Internet memberikan potensi perkembangan inovai didalam industri furnitur ini, contohnya Media Sosial, *E-Commerce*, *M-Banking*, bahkan *Owned Media*.



Gambar 1. 1 Tingkat Penetrasi Internet

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)

Pada data tersebut disebutkan bahwa tingkat penetrasi internet seiring berjalannya waktu semakin meningkat. Hal tersebut didukung dengan efektivitasnya dari platform selain memudahkan Masyarakat Indonesia dalam melakukan proses transaksi, platform *E-Commerce* serta *Owned Media* sering kali menawarkan banyak promo/voucher yang memberikan daya tarik masyarakat. PT. VIVERE Multi Kreasi sebagai perusahaan furniture yang sering melakukan inovasi yang luar biasa, mereka juga aktif dalam mengikuti perkembangan & tren pasar. PT. VIVERE Multi Kreasi aktif memanfaatkan platform online (*Owned Media*) pada Website mereka sebagai alat untuk meningkatkan pengalaman belanja yang positif serta aksesibilitas untuk menjelajahi beragam produk furniture yang di produksi.

PT. VIVERE Multi Kreasi adalah perusahaan yang bergerak dibawah naungan PT. VIVERE Group serta menghadirkan produk-produk furnitur, aksesoris, dan dekorasi ruangan. PT. VIVERE Multi Kreasi didirikan pada tahun 2003 dan telah membangun reputasi yang sangat baik di pasar local maupun internasional. Perusahaan ini bekerja sama dengan beragam merek global pada sektor iundustri furniture rumah dan kantor. Pada perusahaan ini terbagi menjadi 2 bagian yaitu *Collection by VIVERE (HOME) & IDEMU*. *Collection by VIVERE* adalah salah satu bagian yang fokus dalam produksi dan penjualan furniture rumah seperti sofa, kursi, meja, beragam hiasan, dan masih banyak lagi. Sedangkan IDEMU adalah bagian yang fokus dalam *custom furniture* yang menambah pengalaman bagi pelanggan untuk memesan produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka baik dari segi bentuk, ukuran yang sesuai dengan kebutuhan serta ruangan pelanggan.

Dalam memperluas koneksi dan jangkauan pasar serta mempertahankan reputasi dan citra yang positif, adanya peran dari divisi *Marketing Communication* dalam mempromosikan produk produk dari PT. VIVERE Multi Kreasi. Menurut Kotler dan Keller (2016:580) *Marketing Communication* merupakan sarana dalam perusahaan yang berusaha dalam menyampaikan suatu informasi serta meningkatkan pengalaman konsumen secara langsung atau tidak langsung tentang produk dan merek yang mereka jual dalam arti tertentu, mereka mewakili kekuatan perusahaan dan mereknya. Dalam tanggung jawab dalam penerapan *Marketing Communication* terdiri atas periklanan, promosi. penjualan, *event*, dan hubungan kepada masyarakat. Oleh karena itu *Collection by VIVERE* memerlukan peran *marketing communication* dalam melakukan komunikasi pemasaran yang efektif sehingga mempertahankan citra dan reputasi yang positif serta meningkatkan koneksi dan *Brand Awareness*.

Pada divisi *Marketing Communication* di VIVERE sebelumnya, aktif dalam melaksanakan program kegiatan event di berbagai tempat seperti Senayan City, Pondok Indah Mall, SOUTH78, Galaxy Mall Surabaya, PIK 2, dan masih

banyak tempat yang di ikuti untuk menyelenggarakan acara dan hal tersebut pastinya akan mempengaruhi brand awareness dengan jangkauan yang luas dari VIVERE. Hal ini membuat pemegang tertarik dalam menjadi *Marketing Communication* pada PT. VIVERE Multi Kreasi dikarenakan pemegang ingin mengeksplor dan mengembangkan dalam mengatur sebuah event dengan pengalaman serta skill yang dimiliki semasa perkuliahan berlangsung guna untuk meningkatkan *brand awareness* dari PT. VIVERE Multi Kreasi.

Beberapa aspek pemegang memutuskan untuk memilih divisi *Marketing Communication Intern* pada PT. VIVERE Multi Kreasi bagian *Collection by VIVERE* yaitu pemegang tertarik dengan nilai-nilai yang diberikan PT. VIVERE Group yaitu “*Quality People, Quality Work, dan Quality Life*” di setiap hal yang dikerjakan. Selain nilai-nilai yang diterapkan perusahaan, pemegang ingin menerapkan ilmu-ilmu dan keterampilan yang sudah dipelajari pada masa perkuliahan dan percaya bahwa dalam periode magang ini akan memberikan kesempatan untuk mengaplikasikan strategi komunikasi yang sudah pemegang pelajari untuk *Collection by VIVERE*. Selain itu, pemegang tertarik untuk mendapatkan pengalaman serta pengetahuan yang tidak didapatkan semasa perkuliahan dalam periode magang berlangsung.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang pada PT. VIVERE Multi Kreasi bagian *Collection by VIVERE* memiliki maksud untuk mendapatkan gambaran tentang aktivitas *Marketing Communication Intern* pada industri furnitur, aksesoris, dan dekorasi. Berikut perincian aktivitas pemegang selama keberlangsungan magang di *Collection by VIVERE*:

1. Mendapatkan pengalaman kerja di dunia Industri dengan mengembangkan *soft skill* (Kreativitas, adaptif, *time management*, dan kerja sama tim)
2. Menerapkan pengetahuan dan kemampuan khususnya untuk *Copywriting* dalam mata kuliah *Art, Copy, & Writing* dan *Creative*

Media Production yang sudah di pelajari dan dapatkan pada perkuliahan selama 5 Semester berlangsung.

3. Meningkatkan *brand awareness* dari PT. VIVERE Multi Kreasi dengan mengaplikasikan pengetahuan seputar *marketing communication* selama periode magang berlangsung.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pemagang melaksanakan aktivitas kerja magang pada PT. VIVERE Multi Kreasi yang berada SOUTH78, 9th – 11th Floor Jln. Boulevard Gading Serpong Blok O No. 7 & 8, Gading Serpong, Tangerang, Banten 15334. Untuk periode magang dilaksanakan selama 6 bulan dan dilakukan secara *Work From Office* (WFO) pada 19 Januari 2024 – 19 Juli 2024 dari jam 08:30 – 17:30 untuk memenuhi persyaratan program magang Universitas Multi Media Nusantara dengan waktu yang telah ditentukan yaitu 640 jam kerja/80 hari kerja.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

- a. Mengikuti aktivitas KRS untuk mengambil program “Internship Track 1” pada website my.umn.ac.id
- b. Melakukan pencarian perusahaan yang membuka lowongan magang serta menyesuaikan dengan persyaratan yang ditetapkan oleh Universitas Multimedia Nusantara
- c. Mengisi KM-01 yang terdapat pada form yang telah disediakan
- d. Menunggu persetujuan KM-01 yang telah diajukan ke fakultas Ilmu Komunikasi
- e. Menerima surat KM-02
- f. Mendapatkan perusahaan yang telah memenuhi persyaratan dari Universitas Multimedia Nusantara yaitu PT. VIVERE Group dan menghubungi melalui *contact person* yang telah disediakan
- g. Mengirimkan CV kepada *contact person* pada 4 Januari 2024

- h.** Pihak HRD dari PT. VIVERE Group menghubungi melalui Whatsapp pada tanggal 5 Januari 2024 dan memberikan informasi untuk interview pada tanggal 8 Januari 2024 di jam 10 pagi.
- i.** Pada tanggal 8 Januari 2024 melaksanakan interview yang dilakukan oleh pihak HRD dan Usher melalui Google Meeting
- j.** Pada tanggal 11 Januari 2024 mendapatkan kabar untuk bekerja langsung di bagian *Marketing Communication* PT. VIVERE Multi Kreasi bagian *Collection by VIVERE*.
- k.** Periode magang resmi dimulai pada tanggal 19 Januari 2024 – 19 Juli 2024.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA