

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kotler dan Keller berdasarkan American Marketing Association (AMA) mengemukakan bahwa pemasaran adalah strategi dalam merancang dan mengkomunikasikan sesuatu yang menguntungkan pihak organisasi yang tengah memangku. Sedangkan, menurut Swastha, sebuah proses pemasaran memiliki suatu aktivitas usaha yang memiliki misi untuk rencana, menentukan, promosi, distribusi untuk sebuah barang dan jasa agar mendapatkan *feedback* yang baik dari konsumen yang akan membeli barang/jasa (Rendelangi, Sahyunu, & Manan, 2023).

Dari penjelasan pemasaran para ahli, kini konsep industri marketing dan *branding* menjalani banyak perubahan dari waktu ke waktu, hingga mencapai konsep pemasaran 4.0 yang kini dikenal luas oleh khalayak masyarakat sebagai pemasaran digital. Industri marketing merupakan salah satu media yang penting dalam memasarkan sebuah layanan jasa atau produk di dunia kerja. Dengan berkembangnya revolusi digital khususnya pada dunia marketing yang kini berpindah pada ranah 4.0, industri marketing berkembang serta beriringan dengan konsep teknologi digital. Teknologi digital tersebut mengubah cara interaksi dengan audiens yang banyak dilakukan melalui jaringan *online* (Pasla, 2024).

Dalam pemasaran 4.0, terdapat hubungan erat terhadap marketing dan *branding*, yang dimana keduanya merupakan kunci khusus dalam berjalannya sebuah strategi promosi guna memasarkan suatu layanan jasa atau produk (Jessica, 2024). *Branding design* adalah salah satu faktor yang terdapat di dalam sebuah konsep *branding*. Dengan desain yang kuat dari segi *visual identity*, *logo*, *color*, dan *style* akan memberikan sebuah kesan pertama untuk menarik atensi audiens agar mencari tahu mengenai objek yang sedang dipasarkan. Selain menarik atensi, dengan adanya sebuah *branding* berguna dalam mempresentasikan *value* dan *tone* yang ingin diperlihatkan kepada audiens

(Tokopedia, n.d.). *Branding* merupakan suatu upaya dalam memasarkan perspektif citra suatu brand kepada khalayak audiens yang dituju oleh brand tersebut. Aksi *branding* dilakukan untuk membangun kepercayaan audiens agar membuat mereka cepat mengingat *brand* menggunakan *unique selling point* dari aksi *branding* yang tengah dilakukan (*Branding Adalah: Pengertian Dan Fungsinya*, n.d.).

Dreambox Marketing Consultant Agency merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang marketing yang didalamnya meliputi strategi *branding*. Dreambox banyak memberikan jasa untuk *branding digital* khususnya pada sosial media. Dimulai dari strategi digital yang dirancang untuk mengaplikasikan pemasaran *branding* yang tepat hingga pengaplikasian hasil akhir visual desain dapat dilakukan oleh Dreambox.

## 1.2 Tujuan Magang

Dalam menjalani program magang bersama Dreambox Marketing Consultant terdapat beberapa tujuan yang ingin dicapai sebagai berikut:

1. Sebagai salah satu syarat kelulusan sebagai mahasiswa Desain Komunikasi Visual untuk meraih gelar sarjana S.Ds.
2. Mempelajari sistem industri kerja agensi yang bergerak pada bidang *branding* sesuai dengan alur kerja Dreambox Marketing Consultant.
3. Mengasah *hard skill* desain grafis pada penggunaan *software* Adobe Illustrator dan Adobe Photoshop secara profesional.
4. Mengasah *soft skill* dalam berkomunikasi bersama sesama tim internal dan memahami *brief* klien Dreambox Marketing Consultant.
5. Mengimplementasikan pembelajaran mata kuliah yang berkaitan dengan *branding* dari Universitas ke lapangan professional.

### **1.2.1 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang**

Untuk mendapatkan program kerja magang bersama Dreambox Marketing Consultant, penulis melakukan berbagai tahapan untuk mengisi jabatan sebagai Graphic Design Intern. Terdapat tahapan internal bersama kampus Universitas Multimedia Nusantara, maupun tahap eksternal bersama Human Resource serta *user* Dreambox.

### **1.2.2 Waktu Pelaksanaan Magang**

Sesuai dengan kontrak kerja yang diberikan oleh perusahaan, periode program magang berlangsung dari 12 Agustus 2024 hingga 30 Desember 2024 dengan ketentuan minimal jam kerja 640 jam dan 100 hari dari pihak kampus. Ketentuan hari kerja Dreambox ialah Senin-Jumat pukul 09.00 hingga 18.00 WIB dengan sistem *hybrid*. Sebagai Graphic Design Intern, budaya dari tim kreatif dilakukan secara *hybrid*, yang dimana pekerjaan Graphic Design memiliki fleksibilitas untuk dilakukan di rumah (WFH) maupun di *office* (WFO) dengan perangkat yang sudah dimiliki oleh masing-masing anggota tim. Dari tim kreatif menetapkan hari kerja Rabu dan Jumat yang digunakan sebagai sarana berdiskusi dan pencarian ide kreatif dengan sesama anggota tim lainnya agar bisa menumbuhkan ide-ide yang baru dan juga mempererat *networking* dengan sesama *intern* maupun atasan.

### **1.2.3 Prosedur Pelaksanaan Magang**

Prosedur yang dilakukan untuk mendapatkan program magang di Dreambox Marketing Consultant diawali dengan penulisan form MBKM-01 pada *website* [merdeka.umn.ac.id](http://merdeka.umn.ac.id) yang dimana merupakan *monitoring registration* untuk dilakukan *review* oleh pihak Koordinator Magang jurusan Desain Komunikasi Visual yang berisi keterangan informasi perusahaan dan deskripsi pekerjaan yang diajukan. Dalam tahap ini, pengisian form MBKM-01 dilakukan untuk semua pendaftaran yang dilakukan terhadap berbagai perusahaan pada tahapan pencarian pekerjaan.

Setelah mendapatkan persetujuan yang telah diberikan oleh *person in charge* (Koordinator Magang) dan HoD (Kaprosdi) program studi Desain Komunikasi Visual, kemudian melakukan tahapan eksternal bersama perusahaan yang diajukan yakni tahapan daftar dan *interview*. Pendaftaran untuk perusahaan Dreambox Marketing Consultant dilamar via Gmail pada 31 Juli 2024, yang kemudian mendapatkan kabar kembali dari pihak Human Resource pada 2 Agustus 2024 untuk memberikan konfirmasi ketersediaan *interview* yang dilaksanakan pada 5 Agustus 2024 untuk sesi *interview* pertama yang dilaksanakan bersama Human Resource Dreambox. Pada *interview* bersama Human Resource, membahas mengenai garis besar pengalaman yang tengah dilalui semasa menjadi mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara serta membahas mengenai sistem kinerja di Dreambox. Setelah lolos tahapan *interview* pertama, sesi *interview* kedua dilakukan bersama *user* yang dilaksanakan pada 8 Agustus 2024. Pada tahapan *interview* bersama *user* membahas mengenai *hard skill* yang dimiliki serta bercerita mengenai ideasi proses dari karya-karya yang tertera pada portfolio.

Email penerimaan *onboarding* diberikan oleh pihak Human Resource pada 8 Agustus 2024 dengan pemberian surat penerimaan serta surat penawaran yang kemudian mengisi tanda tangan untuk keperluan kontrak kerja yang telah ditetapkan bersama Dreambox.

Setelah melakukan tahapan dengan pihak eksternal, terdapat pengisian *form* MBKM-02 untuk keperluan internal kampus yang merupakan tahapan *complete registration*. Pada tahapan ini dilakukan pengisian secara lengkap setelah mendapatkan surat penerimaan dari pihak perusahaan serta pengisian informasi Supervisor untuk kelengkapan data *daily task* yaitu form MBKM-03.