

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Masyarakat kini semakin sadar bahwa perkembangan teknologi dan komunikasi dapat mengubah sektor bisnis dan pemasaran, sehingga memberikan tantangan dan peluang bagi para pebisnis untuk memanfaatkan media digital dalam pemasaran (Istiqomah, 2023). Adanya transformasi ini tidak hanya memudahkan untuk mengakses informasi dan berinteraksi kepada target konsumen tetapi dapat meningkatkan efisiensi kampanye pemasaran.

Pemasaran digital merupakan kegiatan yang menggunakan berbagai media online untuk melakukan pemasaran dan dapat memberikan proses berkomunikasi (Zein, 2023). Media sosial dapat menciptakan peluang baru terhadap bisnis kepada konsumen. Contoh dari media sosial di antaranya terdapat *platform* Facebook, Instagram, X, dan TikTok. Dengan memanfaatkan media sosial, bisnis dapat dijalani dengan menjalin hubungan lebih dekat kepada audiens dan memaksimalkan potensi pemasaran serta komunikasi timbal balik antara target audiens dan bisnis.

Penulis memilih Dreambox Marketing Consultant sebagai tempat lapangan kerja praktik magang yang merupakan *creative agency* dalam bidang pemasaran yang didirikan pada tahun 2012. Dreambox menyediakan jasa merancang strategi *branding* dan *marketing* untuk mencapai keinginan klien. Dreambox kini berhasil mendapatkan sebanyak 600+ klien besar dalam nasional maupun internasional dengan total 230 *digital* proyek dan 157 proyek mengenai *branding*. Dengan hal itu menunjukkan bahwa Dreambox merupakan tempat yang *ideal* untuk belajar membangun hubungan luas didunia pemasaran dan *branding*.

Selama masa magang, penulis bertugas untuk mendesain *visual* konten media sosial yang sesuai dengan *key visual* dari hasil rancangan *supervisor*. Dalam peran ini, Dreambox memberikan layanan jasa desain untuk mendukung strategi

pemasaran media sosial milik klien. Penulis ditempatkan pada divisi *Social Media Designer* untuk mendukung tujuan *branding* klien dapat berjalan secara efektif.

## **1.2 Tujuan Magang**

Tujuan praktik kerja magang yang dijalani sebagai berikut:

1. Sebagai syarat kelulusan program studi Desain Komunikasi Visual.
2. Mengasah kemampuan dalam *management* waktu, mengasah *skill* baru dan pengelolaan tim.
3. Mendapatkan wawasan baru mengenai ilmu dunia desain yang belum pernah dikuasai.
4. Menambah pengalaman kerja dalam bidang desain dan komunikasi *visual*.
5. Menerapkan teori-teori desain yang telah dipelajari dalam proyek desain yang didapatkan secara nyata.
6. Mendapatkan *feedback* dari *supervisor* untuk meningkatkan kualitas pekerjaan dan keterampilan profesional secara keseluruhan.

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

Dalam menjalankan magang, terdapat waktu dan prosedur yang harus diikuti oleh penulis.

### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Magang**

Penulis menjalankan waktu pelaksanaan magang mulai dari 12 Agustus 2024 sampai 12 Februari 2025 dengan jadwal kerja dari Senin sampai Jumat pukul 09.00 hingga 18.00 WIB secara WFH (*Work From Home*). Penulis menjalani praktik magang selama 185 hari dengan mengikuti peraturan yang ditetapkan oleh Dreambox Marketing Consultant. Durasi magang yang dijalani telah memenuhi syarat dengan melewati waktu minimal 640 jam yang ditetapkan oleh Universitas Multimedia Nusantara.

### 1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Magang

Pada 24 Juli 2024, Penulis mengajukan lamaran dengan mengirimkan CV (*Curriculum Vitae*) beserta *portofolio* melalui aplikasi LinkedIn. Pada 25 Juli 2024, penulis dihubungi oleh HRD (*Human Resource Development*) untuk menjadwalkan wawancara bersama *user*. Pada 26 Juli 2024, penulis melakukan wawancara secara *online* dengan *user* dan menerima informasi mengenai penerimaan secara langsung. Setelah itu, penulis mengonfirmasi kepada HRD dan menerima surat penerimaan serta menandatangani kontrak. Kemudian penulis melaksanakan kerja di Dreambox dalam divisi *Media Social Designer* mulai 12 Agustus 2024.

