

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Untuk menaikkan tingkat penjualan suatu produk, sebuah perusahaan membutuhkan pemasaran yang akan berperan penting sebagai penghubung antara produk dan konsumen. Dalam buku Strategi Manajemen Pemasaran di Era Digital (2021), pemasaran adalah sebuah proses sosial ketika suatu individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka melalui pembuatan dan pertukaran produk dan jasa serta nilai antara satu sama lain. Sebuah pemasaran dilakukan tidak hanya untuk mengenalkan suatu produk, namun juga untuk membangun hubungan yang kuat antara sebuah merek dengan konsumennya. Pemasaran yang baik adalah pemasaran yang dapat memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya yang berujung pada peningkatan laba yang diperoleh oleh perusahaan.

Dalam perkembangan era digital yang semakin pesat, kebutuhan akan pemasaran secara digital semakin dibutuhkan. Tingginya tingkat penggunaan internet dalam bentuk media sosial memengaruhi cara pemasaran di era pandemi. Banyak perusahaan mulai menggunakan pemasaran digital sebagai jawaban akan tantangan yang ada. Menurut Mahesa (2021), pemasaran digital adalah pemasaran yang dilakukan dengan memadukan teknologi saat ini dengan prinsip pemasaran tradisional yang telah ada. Pemasaran secara digital ini memungkinkan perusahaan untuk menjangkau audiens yang lebih luas melalui internet dengan biaya pemasaran yang lebih rendah.

Salah satu elemen yang berperan penting dalam mendukung kesuksesan pemasaran adalah media komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan pemasaran tersebut. Dalam proses pemasaran ini, desain pada media memainkan peran yang sangat penting. Desain grafis yang digunakan dalam materi pemasaran, seperti banner, iklan, konten media sosial, dan situs web, merupakan elemen kunci dalam penyampaian pesan pemasaran. Desain yang efektif dapat

membantu menarik perhatian audiens, meningkatkan pengenalan merek, dan mendukung tujuan pemasaran, seperti meningkatkan penjualan atau mendorong interaksi. Oleh karena itu, perancangan desain media yang tepat sangat berhubungan erat dengan kesuksesan suatu strategi pemasaran.

Dalam hal ini, PT Mahardika Karya Kreatif atau lebih sering dikenal dengan sebutan MarkMind adalah sebuah agensi *digital marketing* yang berdiri sejak tahun 2021 untuk menjawab tantangan tersebut. Alasan penulis memilih MarkMind sebagai tempat untuk melaksanakan praktek magang sebagian besar adalah karena faktor personal. Penulis melakukan riset yang cukup singkat melalui media sosial MarkMind dan tertarik pada lingkungan kerja dan visi misi yang ditawarkan oleh agensi tersebut. Melalui program praktik magang ini, penulis berharap dapat semakin meningkatkan dan mengembangkan kemampuan penulis dalam dunia kerja, baik berupa *hard skill* maupun *soft skill*. Penulis juga berharap melalui program praktik magang ini, penulis dapat memberikan kontribusi yang berguna bagi perusahaan tempat penulis bekerja.

1.2 Tujuan Magang

Ketika menjalankan praktik magang sebagai *graphic design intern*, penulis dihadapkan pada berbagai proyek yang menuntut kreativitas dan pemikiran kritis. Pengalaman ini tidak hanya memperkaya pengetahuan dan keterampilan, tetapi juga memberikan wawasan berharga mengenai dinamika kerja di industri yang cepat berubah. Berikut beberapa tujuan magang yang dirangkum oleh penulis:

1. Salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana desain sebagai mahasiswa DKV Universitas Multimedia Nusantara;
2. memperoleh pengalaman dan wawasan kerja di bidang desain grafis;
3. menerapkan ilmu yang telah dipelajari penulis selama periode perkuliahan secara nyata;
4. meningkatkan *soft skills* yang akan berguna di dunia kerja, seperti *time management*, empati, kerja sama, dan komunikasi antar rekan kerja;

5. meningkatkan *hard skills*, penulis dapat menambah wawasan mengenai *skill* yang belum dialami oleh penulis sebelumnya; dan
6. membangun relasi dengan individu-individu yang lebih berpengalaman.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang

Proses pelaksanaan kegiatan magang dilakukan dengan menerapkan beberapa prosedur yang telah ditetapkan oleh Universitas Multimedia Nusantara. Dengan berdasar pada prosedur tersebut, penulis melakukan pencarian beberapa tempat magang dan melaksanakan kegiatan magang sesuai dengan batas waktu yang telah ditentukan.

2.1.1 Waktu Pelaksanaan Magang

Penulis memulai kegiatan magang di PT Mahardika Karya Kreatif pada tanggal 26 Agustus 2024. Praktik magang ini berlangsung selama 5 bulan, sampai dengan tanggal 31 Januari 2025. Praktik magang ini berjalan dengan sistem *hybrid*. Sistem kerja *Work from Office (WFO)* dilaksanakan pada setiap hari Senin, Selasa, Rabu, Jumat dan sistem kerja *Work from Home (WFH)* dilaksanakan pada setiap hari Kamis dengan jangka waktu 8 jam setiap harinya mulai dari jam 9.00 WIB sampai dengan 17.00 WIB.

1.3.1 Prosedur Pelaksanaan Magang

Proses pelaksanaan magang pertama kali dilakukan dengan mengikuti pembekalan program Magang MBKM Track 1 yang dilaksanakan oleh pihak kampus pada tanggal 26 April 2024. Dalam kegiatan pembekalan tersebut, pihak kampus menjelaskan secara lengkap prosedur yang harus dipatuhi dan dilaksanakan dari awal hingga berakhirnya program magang, mulai dari *timeline* magang, jam kerja, hal-hal yang perlu diperhatikan saat mencari tempat kerja, prosedur bimbingan, hingga proses evaluasi. Setelah mengikuti kegiatan pembekalan magang, penulis memulai proses pencarian tempat magang yang dimulai dengan membuat *CV* dan portofolio yang akan dibutuhkan saat mengajukan lamaran kerja.

Setelah membuat *CV* dan portofolio, tahap selanjutnya yang harus dilakukan penulis adalah mengisi informasi mengenai 10 (sepuluh) perusahaan tempat penulis ingin melakukan praktik magang pada laman *Registration website* Merdeka UMN. Tahap ini dilakukan sebagai salah satu proses pengecekan kualifikasi perusahaan yang akan dituju oleh penulis. Setelah perusahaan yang ingin penulis tuju telah disetujui oleh pihak kampus, penulis akan memperoleh *cover letter* atau surat pengantar dari kampus kepada perusahaan yang dituju (MBKM 01).

Pada tahap ini, penulis kemudian mengirimkan *cover letter*, *CV*, dan portofolio pada perusahaan yang ingin penulis tuju. Salah satu perusahaan yang menghubungi penulis pada tahap ini adalah PT Mahardika Karya Kreatif atau yang dikenal dengan sebutan MarkMind. Tahap *interview* dengan pihak MarkMind dilakukan secara daring pada tanggal 7 Agustus 2024 pukul 11.00 WIB. Penulis memperoleh informasi penerimaan praktik magang pada perusahaan ini ditanggal yang sama. Pada tanggal 12 Agustus 2024, penulis bersama dengan pihak dari tim MarkMind melakukan diskusi kontrak magang secara daring. Melalui kesepakatan, penulis memulai kegiatan magang pada tanggal 26 Agustus 2024 dengan penandatanganan kontrak fisik pada tanggal 28 Agustus 2024. Penulis bekerja selama 5 (lima) bulan dengan total 5 (lima) hari dalam seminggu dimulai dari pukul 09.00 hingga 17.00 WIB setiap hari Senin hingga hari Jumat. Setelah memperoleh kontrak magang, penulis mengisi beberapa informasi registrasi magang yang terdapat pada *website* Merdeka UMN. Pada tahap ini penulis akan memperoleh lembar *internship track* sebagai bukti telah berhasil melakukan registrasi magang pada *website* Merdeka UMN (MBKM 02).

Dalam proses pelaksanaan program Magang MBKM Track 1 ini, terdapat 2 (dua) pihak yang mendampingi dan membimbing penulis untuk memastikan praktik magang ini berjalan dengan baik. Pihak pertama adalah dosen pembimbing yang telah ditentukan oleh pihak kampus. Dosen pembimbing dalam hal ini bertugas mengawasi dan membimbing penulis

sehingga hal-hal yang berkaitan dengan ketentuan program magang terlaksana dengan baik. Ketentuan program magang dalam hal ini berupa penyusunan laporan magang dengan minimum 270 jam kerja dan pelaksanaan praktik magang dengan minimum 640 jam kerja yang dipantau melalui pengisian *daily task* selama magang (MBKM 03). Pihak kedua yang mendampingi penulis adalah *supervisor* dari pihak perusahaan yang bertugas mengawasi kinerja penulis selama magang di perusahaan tersebut .

Selama pelaksanaan program Magang MBKM Track 1 ini, penulis harus mengikuti bimbingan bersama dosen pembimbing sebanyak 8 (delapan kali, 4 (empat) kali sebelum Evaluasi 1 dan 4 (empat) kali sebelum Evaluasi 2 sebagai salah satu syarat kelulusan program Magang. Pada Evaluasi 1 yang berlangsung pada tanggal 20 – 25 Oktober 2024, penulis wajib telah menyelesaikan 320 jam kerja magang dan 100 jam kerja penyusunan laporan magang dengan hasil akhir pengumpulan *progress* laporan magang Bab 1 dan Bab 2 pada *website* Merdeka UMN. Pada Evaluasi 2 yang berlangsung pada tanggal 2 – 6 Desember 2024, penulis wajib telah menyelesaikan 640 jam kerja magang dan 207 jam kerja penyusunan laporan magang dengan hasil akhir pengumpulan laporan magang yang telah selesai. Setelah melewati tahap Evaluasi 1 dan 2, penulis akan mengikuti sidang magang yang berlangsung pada tanggal 18 – 20 Desember 2024. Pada tahap ini, penulis akan memberikan *verification form* kepada pihak perusahaan yang berupa bukti pernyataan bahwa perusahaan telah menerima, membaca, dan menyetujui laporan magang yang dibuat oleh penulis (MBKM 04). Setelah melakukan sidang magang, penulis akan memasuki tahap perevisian laporan magang hingga tahap mengunggah laporan magang akhir atau *final report* penulis pada *website* Merdeka UMN.