



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Media promosi tidak lepas dari pekerjaan desainer grafis yang mengeksekusinya. Semakin pesatnya komunikasi era sekarang tentu sudah barang pasti banyaknya permintaan di dunia periklanan yang hal utamanya adalah berbicara tentang *promotion* dan *selling*.

Hubungan yang paling terasa dengan pesatnya perkembangan komunikasi era sekarang, adalah dibidang bisnis yang juga sangat berhubungan dengan bidang periklanan karena menyangkut inti dari tujuan bisnis yaitu *selling*. Pesatnya dunia periklanan juga mempengaruhi dunia desain grafis karena dunia periklanan sangat membutuhkan pekerja kreatif yang menyampaikan komunikasi verbal atau non-verbal menjadi visual

Sebagai contoh, dahulu hanya perusahaan besar yang dapat mengiklankan produknya karena sedikitnya masih sedikit media dengan *audiens* yang jamak dan harga pemasangan iklannya murah. Berbeda dengan jaman sekarang ada sebuah media *Above the Line* yang sangat murah untuk beriklan dan menjangkau banyak *audiens*, yaitu Internet.

Dengan itu untuk mengasah kemampuan desain grafis yang penulis miliki, penulis mendapat kesempatan untuk kerja magang di PT Trikreasi Rancang Imaji yang adalah sebuah *graphic house* dengan brandnya yaitu *Lemonade Creative Quench*. *Graphic house* ini terletak di Jl. Boulevard bukit gading raya NC-1 no.50, Kelapa Gading, Jakarta. Lemonade pernah menangani beberapa klien seperti : *M-Class, Elephant Gypsum dan Woodplank Elephant, CHAS, Sinemart, Trisula Internasional, Intoo Niaga, IRWANTEAM, Dapur solo, Stelette café dan sebagainya*, membuat penulis yakin akan mendapatkan pengalaman yang bermanfaat di dunia kerja desain grafis dan *advertising*.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Tujuan dari kerja magang adalah untuk memenuhi syarat untuk memperoleh gelar S1 yang telah ditetapkan oleh UMN kepada mahasiswanya, Dan agar mahasiswa mendapat pengetahuan dan pengalaman saat kerja magang karena langsung terjun ke dunia kerja yang sesungguhnya dan yang cukup penting adalah memperoleh teman dan relasi baru.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Tujuan dari pelaksanaan kerja magang ini adalah untuk memenuhi persyaratan yang dibuat oleh UMN untuk mata kuliah *internship* dilakukan selama 40 hari kerja atau durasi kerja selama 320 jam dan menambah pengalaman kerja, sehingga penulis mengajukan waktu sudah ditentukan kepada perusahaan yang kemudian di setujui. *Lemonade Creative Quench* adalah perusahaan yang bersifat fleksibel, menurut penulis yang harus diperhatikan adalah sikap.

Penulis mengajukan pertanyaan kepada perusahaan mengenai ketersediaan posisi magang di perusahaan melalui email. Setelah mengirim email tersebut, penulis mendapat telpon dari *Lemonade Creative Quench* yang berisikan panggilan untuk *interview* mengenai sistem kerja magangnya nantinya.

Setelah *interview* itu penulis diizinkan memulai kerja magang dari tanggal 18 Agustus 2014 - 17 Oktober 2014. Dengan lima hari kerja dalam satu minggu dan diperbolehkan izin untuk keperluan memenuhi akademik penulis.