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

Bisnis *property* pasca krisis moneter tahun 1997 mulai menunjukan perkembangan yang menggembirakan. Hal ini terlihat mulai tahun 2002 permintaan masyarakat akan rumah tinggal dari yang sederhana, *real estate* sampai dengan apartemen meningkat. Demikian pula dengan tempat-tempat usaha dari ruko sederhana sampai *hyper mall*. *PT PIM* merupakan perusahaan yang sedang berkembang dan perkembangan *PT PIM* terus berlanjut hingga kini memiliki *core business* bidang *Commercial*, *Residential*, dan *Hospitality*. Dengan banyaknya unit bisnis membuat banyak juga permintaan desain promosi.

Desain memiliki peluang masuk dalam bidang *property* sebagai suatu cara atau media yang mempromosikan jasa atau barang, sehingga penulis tertarik untuk bergabung menjadi desainer di *PT PIM*. *PT PIM* yang sedang berkembang membuat penulis tertarik untuk memberikan alternatif desain yang lebih dinamis dan menarik serta informatif untuk pembuatan media promosi. Penulis ingin menawarkan desain yang dibuat dengan menggunakan konsep yang digabungkan dengan prinsip desain dan kreatifitas serta tetap memperhatikan sisi informatif , dengan melakukan hal tersebut maka desain akan menjadi lebih bermakna.

Desain yang memiliki konsep tidak hanya membuatnya menarik , tapi juga diingat dan jika dilakukan secara terus-menerus desain yang baik akan membentuk kesan yang baik pula dimata konsumen dan bukan tidak mungkin desain juga akan mempengaruhi *brand value* perusahaan. Penempatan desainer di divisi *marcom* pun merupakan sebuah nilai lebih, karena penulis bisa mendapatkan ilmu tentang komunikasi marketing yang menambah pengetahuan penulis.

Desain promo marketing…, Modhia Nisrina, FSD UMN, 2014

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Berdasarkan latar belakang, pelaksanaan kerja praktek ini berujuan:

1. Menambah pengetahuan ilmu komunikasi marketing.
2. Mengetahui cara *dealing* dengan klien dalam melakukan bisnis.
3. Menambah *link* atau *network* dari dunia selain desain, dalam kesempatan ini yaitu dunia bisnis *property* dan marketing.
4. Pengalaman kerja di dunia nyata dan mengetahui alur kerja desainer grafis di *PT PIM*.
5. Mempraktekan ilmu desain grafis dalam pengaplikasiannya dalam mendesain.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Kegiatan magang ini dilaksanakan sesuai dengan ketentuan yang telah disepakati bersama. Jangka waktu yang ditempuh adalah 3 bulan, terhitung mulai tanggal 14 Juli 2014 sampai dengan 13 Oktober 2014. Jam masuk kantor dimulai dari jam 08.30 – 18.00 WIB pada hari Senin, dan 08.30- 17.30 WIB pada hari Selasa, Rabu, Kamis, dan Jum'at dengan waktu istirahat 1 jam. Untuk dua bulan pertama penulis masuk lima hari dalam seminggu, namun ketika memasuki bulan September penulis masuk kantor hanya empat hari karena pada hari Selasa digunakan untuk mengikuti jadwal perkuliahan di kampus. Hal ini sudah dibicarakan dengan pihak perusahaan dan sudah disetujui bersama.

Pelaksanaan kerja magang dimulai dengan mencari tempat magang yang sesuai dan berhubungan dengan jurusan kuliah, dalam mencari tempat magang penulis tidak hanya mencoba mencari sendiri namun juga dibantu pihak kampus. Setelah mendapatkan tempat yang diinginkan, maka selanjutnya adalah meminta surat pengantar magang dari kampus kemudian mengirim *CV* dan *portfolio* ke perusahaan yang dituju. Setelah *CV* dikirim, maka akan ada panggilan telepon untuk melakukan wawancara di perusahaan. Setelah dinyatakan diterima, selanjutnya adalah meminta surat keterangan magang dari perusahaan untuk diberikan ke kampus. Semua berkas-berkas surat dikumpulkan dan diserahkan pada admin Desain Komunikasi Visual dan BAAK di kampus UMN.

Desain promo marketing…, Modhia Nisrina, FSD UMN, 2014