

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring perkembangan teknologi informasi dan mulainya era revolusi industri 4.0, *digital marketing* memegang peran penting dalam mendorong pemasaran dan penjualan brand (Harususilo, 2022). *Digital marketing* pada dasarnya merupakan upaya yang dilakukan oleh perusahaan atau *brand* untuk mencapai tujuan pemasaran dengan fokus memanfaatkan berbagai *platform* dan teknologi digital secara optimal (Faisal, dkk., 2023, h.5). Penggunaan strategi *digital marketing* tersebut dapat meningkatkan efektivitas dan efisiensi pemasaran *brand*. Hal tersebut dikarenakan *digital marketing* mampu memberikan jangkauan yang luas, biaya yang efisien, interaksi secara langsung, serta hasil yang dapat diukur (Nugroho & Suryadi, h.12).

APP atau Asia Pulp & Paper merupakan salah satu perusahaan yang mulai gencar beralih pada *digital marketing* untuk dapat bersaing di pasar luas dan mempertahankan serta memperkuat *brand awareness* yang dimiliki. APP sendiri merupakan perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur *pulp* dan *paper* untuk menghasilkan produk seputar tisu, kertas, dan kemasan yang berkualitas. Mengikuti perkembangan industri saat ini, APP terus bergerak maju melalui inovasi dan strategi pemasaran *modern*.

Dalam pemasaran digitalnya, APP menempatkan fokus utama pada *platform e-commerce* dan media sosial. Dalam *platform e-commerce* seperti Shopee, Tokopedia, Lazada, dan Blibli, APP meningkatkan *awareness* dan penjualannya melalui *bundle*, diskon, dan *event*. APP juga menggunakan aplikasi *e-commerce* tersebut untuk mempromosikan produknya melalui iklan dalam *banner* aplikasi. Hal tersebut dilakukan karna *e-commerce* membuka peluang yang besar bagi *brand* untuk menjangkau pasar secara luas dan efektif (Nugroho & Suryadi, 2022, h.9). Kemudian, dalam *platform* media sosial seperti Instagram dan TikTok, APP menghadirkan konten promosi yang menarik dan unik untuk

meningkatkan *brand awareness*, *engagement* dengan audiens, daya minat pelanggan, serta membangun kredibilitas *brand*. Melalui penggunaan media sosial secara maksimal, *brand* atau perusahaan dapat menjangkau secara luas dan membangun komunikasi dua arah dengan target konsumen, sehingga mampu meningkatkan penjualan dan loyalitas (Nugroho & Suryadi, 2022, h.10).

Peran *graphic designer* dalam pelaksanaan *digital marketing* ini dimulai dari penyusunan *content plan* dan *creative brief* hingga pembuatan desain grafis untuk seluruh kebutuhan pemasaran, termasuk konten media sosial, *digital banner*, *display product e-commerce*, dan *thumbnail*. Luasnya jangkauan bidang *digital marketing* serta potensinya untuk terus berkembang di masa depan, membuka peluang bagi penulis untuk memperoleh ilmu pengetahuan dan pengalaman baru yang bermanfaat. Berdasarkan pertimbangan tersebut, penulis memutuskan untuk melaksanakan program magang sebagai *Digital Marketing Designer* di APP. Pilihan tersebut diambil dengan harapan besar agar penulis dapat mengembangkan kompetensinya sebagai seorang desainer serta *soft skill* seperti komunikasi, disiplin, manajemen waktu, dan etika dalam bekerja. Pengalaman magang ini akan menjadi fondasi utama bagi penulis untuk mempersiapkan diri untuk mulai memasuki lapangan kerja secara profesional.

1.2 Tujuan Magang

Selama melaksanakan program magang di APP sebagai *Digital Marketing Designer*, terdapat sejumlah maksud dan tujuan yang hendak dicapai:

1. Sebagai salah satu syarat kelulusan dalam memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds) di Universitas Multimedia Nusantara.
2. Mengimplementasikan ilmu pengetahuan yang didapatkan selama perkuliahan secara langsung melalui pengerjaan proyek kerja magang.
3. Menambah pengalaman profesional di bidang *graphic design* melalui proyek-proyek nyata yang berdampak.
4. Menambah pengetahuan dan pengalaman baru di bidang *digital marketing*.
5. Memperluas relasi dan koneksi profesional dalam lingkungan baru.
6. Menambah pengalaman dan *portfolio* desain sebagai bukti kompetensi dan kredibilitas untuk melamar pekerjaan di masa depan.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang

Pelaksanaan magang sebagai *Digital Marketing Designer* di APP melalui berbagai prosedur. Berikut merupakan penjabaran secara rinci dari waktu dan prosedur pelaksanaan magang yang dijalani oleh penulis.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Magang

Periode program magang di APP dilaksanakan selama enam bulan kontrak yang dimulai dari 30 Januari hingga 29 Juli 2025 dengan sistem full onsite. Sesuai dengan peraturan yang diberlakukan pada APP, waktu jam kerja berjalan setiap hari Senin hingga Jumat pada pukul 08.00 - 17.00 WIB dengan total 40 jam per minggu dan akumulasi 960 jam hingga kontrak magang terpenuhi.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Magang

Sebagai langkah awal dari pelaksanaan program magang, penulis terlebih dahulu melakukan beberapa tahap persiapan yang dimulai dengan *briefing* magang dari kampus. *Briefing* ini merupakan pembekalan dari kampus yang wajib dihadiri oleh setiap mahasiswa sebagai langkah awal dalam pelaksanaan magang, yang mana terdiri dari penyampaian informasi penting dan panduan magang secara komprehensif. Dari *briefing* ini, penulis memahami prosedur pelaksanaan magang, kriteria perusahaan magang, timeline magang, dan penilaian. Persiapan magang dilanjut dengan penyusunan CV dan *portfolio* desain terbaru yang akan digunakan untuk melamar sebagai *intern* di setiap perusahaan.

Selanjutnya, penulis mulai mencari lowongan magang dengan posisi sebagai *graphic designer* ataupun posisi kreatif yang sejenis di berbagai situs dan media sosial. Setelah menemukan sejumlah perusahaan yang menawarkan lowongan dengan kriteria yang sesuai, penulis melakukan registrasi dan pengajuan tempat magang di situs merdeka.umn.ac.id. Pengajuan tempat magang di situs merdeka dilakukan untuk memastikan bahwa perusahaan yang dilamar oleh mahasiswa sudah sesuai dan kredibel. Setelah *form* pengajuan telah di *approve*, penulis dapat mengunduh MBKM 01 sebagai surat pengantar yang diajukan dalam proses pelamaran.

Setelah mendapatkan *approval* dan MBKM 01, penulis mendaftarkan diri kepada beberapa perusahaan. Dari sejumlah perusahaan, penulis mendaftarkan diri pada tanggal 13 Januari di APP atau Asia Pulp & Paper yang sedang membuka lowongan magang sebagai *Digital Marketing Designer*. Kemudian, pada tanggal 15 Januari, penulis mendapatkan panggilan dari *hiring manager* APP untuk melanjutkan proses *recruitment*. Proses tersebut dimulai dengan *interview* HR yang dilaksanakan pada hari yang sama pada pukul 16.15 WIB melalui Microsoft Teams. *Interview* berisikan tanya jawab terkait CV dan *portfolio*, kemudian diakhiri dengan *briefing* terkait sistem kerja, kontrak kerja, dan *job desc*. Selanjutnya pada tanggal 20 Januari, penulis mendapat panggilan untuk mengikuti *user interview* sebagai tahap akhir dari proses *recruitment*. *User interview* dilaksanakan melalui Microsoft Teams pada hari yang sama pukul 13.30 WIB bersama *hiring manager* dan calon *user* yang merupakan *e-commerce manager*. *Interview* dimulai dari presentasi penulis mengenai CV dan *portfolio*, dan dilanjutkan dengan sesi tanya jawab seputar *technical skills* dari proyek yang ditampilkan pada *portfolio*. Setelah *interview* berakhir, *hiring manager* mengumumkan bahwa penulis telah berhasil diterima untuk menempati posisi *intern Digital Marketing Designer* dalam divisi *Personal Care Category* di APP.

Setelah melalui proses *recruitment*, penulis akhirnya mendapatkan *onboarding notice* pada tanggal 21 Januari dimana penulis secara resmi telah bergabung dengan APP. Pada *onboarding notice* ini, dijelaskan bahwa periode magang akan dimulai dari tanggal 30 Januari 2024. Penulis juga diminta untuk mempersiapkan beberapa dokumen pribadi untuk menyelesaikan pendaftaran. Pada tanggal 30 Januari, penulis mendapatkan *letter of acceptance* dalam bentuk email yang kemudian digunakan dalam menyelesaikan registrasi di situs merdeka untuk mendapat MBKM 02 sebagai kartu magang mahasiswa.

Selama pelaksanaan magang ini, penulis juga memiliki kewajiban untuk mengisi *daily task* pada situs merdeka secara rutin untuk memenuhi

640 jam kerja pada *supervisor* dan 207 jam kerja pada *advisor*. *Daily task* tersebut dilakukan untuk mendapat MBKM 03 yang akan melalui *approval* dan ditandatangani oleh *supervisor*. Penulis melakukan bimbingan dengan *advisor* sebanyak 8 kali untuk memastikan penulisan laporan magang berjalan dengan lancar dan tepat. Menjelang evaluasi 2, penulis akan mendaftarkan judul laporan magang di situs merdeka untuk mendapatkan MBKM 04 sebagai lembar verifikasi yang wajib ditandatangani oleh *supervisor* dan *advisor*. Setelah seluruh syarat dan dokumen telah terpenuhi, penulis dapat melakukan pendaftaran untuk mengikuti sidang akhir magang, dan kemudian menyelesaikan kebutuhan akademis terkait program magang agar dapat dinyatakan lulus.

