BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berjalannya waktu, dunia semakin mengalami perkembangan teknologi dan berbagai bidang mulai memanfaatkan perkembangan teknologi ini termasuk bidang *marketing*/pemasaran. Banyak Perusahaan mulai memanfaatkan digital marketing dalam upaya mempromosikan produk atau jasa mereka kepada Masyarakat (Gumilang, 2019). Berdasarkan data dari We Are Social (We Are Social, 2023), jumlah *engagement* yang terjadi antara masyarakat Indonesia dengan *digital marketing* sudah mencapai 70,9%. *Digital marketing* dapat berperan memperkenalkan dan memasarkan produk dari brand melalui media sosial dan *marketplace* agar dapat meraih pasar yang sesuai, membantu promosi produk dengan media digital. (Oktarina, 2024).

PT Panen Lestari Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak dibidang ritel dan berdiri di Indonesia pada 1 Maret 1990. Perusahaan memiliki cakupan bisnis yang luas yang terdiri dari *fashion*, kosmetik, produk rumah tangga, alat tulis, dan masih banyak lagi. Beberapa toko dari Perusahaan ini adalah SOGO, SEIBU, The Foodhall, Galeries Lafayette, Alun-alun Indonesia, dan Kinokuniya. Sampai sekarang, PT Panen Lestari Indonesia mempunyai 26 toko yang terdapat di 8 provinsi di Indonesia dan sudah menangani lebih dari 900 merek terkenal.

PT Panen Lestari Indonesia juga turut memanfaatkan *digital marketing* sebagai upaya memasarkan brand mereka kepada pelanggan atau calon pelanggan baru mereka. Perusahaan ini memiliki tim yang secara khusus mengurus pemasaran perusahaan yang bertugas merencanakan dan mengeksekusi pemasaran digital, mengelola konten media sosial, serta mengoptimalkan pengalaman pengguna di *platform digital*.

Pembuatan promosi digital dilakukan untuk membantu memaksimalkan kegiatan promosi perusahaan dan membantu perusahaan dalam meraih target yang diinginkan. Hal tersebut dilakukan dengan menggunakan elemen desain dan visual dan melihat dampaknya terhadap promosi. Dengan alasan tersebut, pembuatan laporan ini akan berisikan perancangan promosi digital yang dibuat penulis untuk kepentingan promosi Perusahaan.

1.2 Tujuan Magang

Penulis melaksanakan magang di PT. Panen Lestari Indonesia selama 6 bulan. Pada waktu tersebut penulis mendapat kesempatan untuk mengalami langsung pengalaman bekerja dilapangan. Penulis melaksanakan magang di PT. Panen Lestari dengan tujuan yaitu:

1. Sebagai syarat untuk lulus dan mendapatkan gelar sarjana
2. Sarana mengembangkan kemampuan baik itu *hardskill* maupun *softskill*
3. Sarana mendapatkan pengalaman bekerja langsung menjadi *Graphic Designer*.
4. Menambah relasi di dunia kerja dan memperluas wawasan profesional.
5. Sarana memperkaya portfolio dengan mengerjakan banyak proyek.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang

Penulis melaksanakan magang sesuai sebanyak 640 jam dan 207 jam bimbingan atau setara dengan 20 sks. Hal tersebut sesuai dengan ketentuan kampus dalam program MBKM Internship Track 1. Berikut adalah rincian waktu pelaksanaan magang.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Magang

Penulis melaksanakan magang di Sahid Sudirman Center Lt. 38, Jl. Jend. Sudirman Kav 86, Jakarta Pusat. Penulis melakukan magang selama 6 bulan dari tanggal 3 Februari 2025 sampai 31 Juli 2025. Magang dilakukan dari hari Senin sampai Jumat dengan waktu normal bekerja mulai pukul 08.30 sampai 17.30, dan total 8 jam per hari.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Magang

Pada pelaksanaan magang ini, penulis melalui beberapa tahapan yang dimulai dari mengajukan tempat magang pada website merdeka, mengirim lamaran, menerima balasan, melakukan wawancara, dan memulai magang. Tahapan magang ini dimulai dari pra krs yang dimana penulis mengambil MBKM Internship track 1. Selanjutnya, penulis melakukan *briefing* magang pada tanggal 18 November 2024 di Function Hall, Gedung A, Universitas Multimedia Nusantara yang berisikan penjelasan mengenai keberlangsungan magang. Selanjutnya penulis melakukan pencarian tempat magang melalui platform online seperti *linkedin*, dan *glints*. Dari pencarian tersebut penulis menemukan adanya lowongan yang diunggah oleh PT. Panen Lestari Indonesia pada akun *Linkedin* mereka. Penulis selanjutnya mengajukan Perusahaan ini dengan mengisi data-data terkait Perusahaan dan *jobdesk* yang harus dilakukan pada website Merdeka umn.

Setelah penulis mendapat approval pada website, penulis melamar di Perusahaan ini sebagai Graphic Design Intern. Pada tanggal 23 Januari 2025, penulis mendapat tanggapan atas lamaran penulis melalui *Whatsapp*. Pesan tersebut berisikan undangan *interview* yang akan dilaksanakan pada tanggal 20 Januari 2025. Wawancara dilakukan secara online melalui *Zoom* yang dimulai pada pukul 13.00 WIB. Wawancara penulis lakukan dengan HRD dan juga dengan *Graphic Design Manager*. Setelah melakukan wawancara tersebut, pada tanggal 24 Januari 2025 penulis dinyatakan lolos dan dapat mulai bekerja pada tanggal 3 Februari 2025

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA