

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi serta gaya hidup dengan konsumsi berlebih seperti sekarang ini, semakin banyak produk barang atau jasa yang membanjiri kehidupan masyarakat. Para produsen penyedia barang atau jasa berlomba untuk membuat produknya lebih unggul dan menonjol dari kompetitor lainnya. Oleh sebab itu, promosi merupakan kegiatan yang penting untuk dilakukan guna mendapatkan keuntungan semaksimal mungkin. Promosi dalam bentuk media iklan mempunyai tujuan untuk mempengaruhi pikiran serta perasaan masyarakat umum atau kalangan tertentu untuk mendatangkan calon konsumen atau transaksi (Iswandi, 2018). Dalam membuat suatu iklan, diperlukan desain grafis sebagai elemen utamanya yang menjadi alat komunikasi kepada target audiens. Elemen desain grafis yang digunakan pada iklan memperindah tampilan hingga menambah ketertarikan bagi yang melihatnya. Seiring perkembangan teknologi, media promosi dapat berupa media digital maupun cetak untuk menggapai masyarakat luas. Maraknya promosi digital tidak membuat media cetak ditinggali untuk melakukan promosi. Media cetak mempunyai keunggulannya sendiri seperti dapat meningkatkan kepercayaan publik untuk membangun sebuah *brand awareness*, membuat pembaca lebih fokus dan tidak banyak distraksi, serta media cetak merupakan media yang efektif untuk menjangkau golongan masyarakat tertentu. Menurut Shujuan (2021) media cetak dengan desain, gambar, serta informasi yang jelas dapat menarik perhatian publik dengan cepat dan lebih mudah diingat sehingga dapat memberi keuntungan pada pihak yang melakukan promosi.

Saat permintaan promosi produk barang dan jasa yang meningkat, bisnis periklanan juga semakin berkembang. Menurut Iswandi (2018) dalam sebuah iklan terdapat minimal 4 pihak yang terlibat dan saling membutuhkan yaitu produsen atau perusahaan tempat barang atau jasa tersebut dibuat, perusahaan periklanan, target

audiens atau konsumen, serta media promosi yang tepat. Sehingga industri kreatif terutama dalam bidang periklanan akan selalu memerlukan tenaga kerja dengan kreativitas serta inovasi baru. Sebagai institusi pendidikan, Universitas Multimedia Nusantara mempersiapkan setiap mahasiswanya agar siap bekerja di industri dengan pengalaman serta kemampuan yang cukup dalam *career acceleration program*. Program wajib tersebut merupakan salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana serta sebagai mata kuliah wajib yang dilalui oleh mahasiswa DKV pada semester 7 atau 8.

Sehubung dengan ketertarikan penulis pada bidang periklanan atau promosi, mendorong penulis untuk mencari pengalaman kerja serta mendapatkan pengetahuan dalam *creative agency*. Salah satu *creative agency* yang cukup besar dalam bidang periklanan di Indonesia adalah PT. Tekstindo Kreasi Optima (TxT Creative). Didirikan pada tahun 2015, TxT Creative merupakan *creative agency* yang bergerak dalam layanan jasa pembuatan *brand identity, graphic design, social media design, campaign, booth, serta motion graphic*. Dengan bekerja pada TxT Creative, memberikan peluang kepada penulis untuk mengembangkan karir sebagai *graphic designer* di industri kreatif serta menambah pengetahuan, *softskill*, dan *hardskill* dari mengerjakan proyek berbagai brand ternama. Hal ini disertai juga dengan penempatan penulis sebagai *graphic designer* pada divisi POSM (*Point of Sale Materials*) yang berfokus pada pembuatan *design* untuk promosi serta penerapannya pada media cetak maupun digital.

## 1.2 Tujuan Kerja

Tujuan dari pelaksanaan *career acceleration program* adalah sebagai salah satu syarat yang wajib dipenuhi dalam mencapai sarjana desain, namun maksud serta tujuan lain dalam pelaksanaan program ini adalah sebagai berikut:

1. Menerapkan pengetahuan serta kemampuan desain dalam dunia kerja.
2. Memperluas koneksi dan pengalaman dalam bidang desain.
3. Menambah *hardskill* dalam bidang desain grafis.

4. Mengembangkan kemampuan *time management*, komunikasi, *teamwork*, serta profesionalisme dalam dunia kerja.

### **1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja**

*Career acceleration program* yang dilakukan penulis di PT. Tekstindo Kreasi Optima (TxT Creative) berdurasi selama 6 bulan untuk memenuhi ketentuan 640 jam kerja yang telah ditentukan oleh Universitas Multimedia Nusantara. Kontrak kerja dimulai pada tanggal 21 Juli 2025 hingga berakhir pada 21 Januari 2026. Praktek kerja dilakukan secara WFO (*Work From Office*) selama 5 hari dalam seminggu dengan 8 jam kerja sehari serta 1 jam istirahat.

#### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja**

Pelaksanaan *career acceleration program* di PT. Tekstindo Kreasi Optima (TxT Creative) berdurasi 6 bulan dimulai pada tanggal 21 Juli 2025 hingga 21 Januari 2026. Pelaksanaan kerja dilakukan secara WFO (*Work From Office*) selama 5 hari kerja yaitu hari Senin - Jumat dengan durasi 8 jam kerja serta 1 jam istirahat. Waktu pelaksanaan kerja dimulai pada pukul 09.00 hingga 18.00 tetapi penulis menerapkan jam kerja yang fleksibel untuk menyelesaikan tanggung jawab serta beban kerja yang diberikan sehingga waktu pelaksanaan kerja sering kali melebihi jam kantor untuk menyesuaikan pekerjaan setiap harinya.

#### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja**

Penulis melakukan pencarian tempat magang terkhususnya dalam industri *creative agency* pada media sosial serta website. Kemudian penulis menemukan lowongan magang dalam halaman website TxT Creative. Penulis mengajukan terlebih dahulu perusahaan kepada laman prostep.umn.ac.id untuk meminta *approval* dari pihak dosen serta ketua program studi guna mendapatkan *cover letter* untuk melamar magang ke perusahaan. Pada tanggal 8 Juli 2025, penulis mengajukan lamaran melalui email kepada TxT Creative dengan mengirimkan *cover letter*, CV, dan portofolio penulis.

Pada tanggal 15 Juli 2025, penulis mendapatkan panggilan wawancara pertama yaitu HR *Interview* dengan pihak TxT Creative secara *online*. Setelah melakukan wawancara pertama, penulis melanjutkan ke tahap *user interview* bersama pihak TxT Creative secara *online* pada tanggal 16 Juli 2025. Keesokan harinya pada tanggal 17 Juli 2025, penulis mendapatkan email telah diterima magang di TxT Creative serta terdapat beberapa berkas yang harus dikirim jika akan menerima kesempatan magang tersebut. Setelah mendapatkan surat penerimaan magang, penulis mempertimbangkan dahulu mengingat adanya tawaran magang pada beberapa perusahaan lainnya. Pada tanggal 18 Juli 2025, penulis secara resmi menerima magang di TxT Creative sebagai *Graphic Designer Intern* dan ditempatkan pada divisi POSM/Epixx. Setelah itu, penulis melengkapi data yang terdapat pada laman [prostep.umn.ac.id](http://prostep.umn.ac.id) untuk melakukan *complete registration*. Kemudian pada tanggal 21 Juli 2025, penulis memulai pelaksanaan kerja magang serta mengisi *daily task* untuk memenuhi ketentuan 640 jam kerja.

