

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam dua dekade terakhir telah melahirkan transformasi besar pada industri perangkat keras dan perangkat lunak komputer. Kemajuan teknologi berbasis kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence/AI*), *Internet of Things (IoT)*, hingga *cloud computing*, Industri perangkat komputer tidak hanya berfungsi sebagai penunjang produktivitas, tetapi juga sebagai katalisator bagi sektor *gaming*, konten digital, hingga otomasi industri. Dalam konteks ini, perusahaan multinasional dituntut untuk terus beradaptasi agar mampu mempertahankan posisi strategis di pasar global yang dinamis.

MSI (Micro-Star International) Sebagai salah satu perusahaan teknologi menempatkan pada pengembangan perangkat komputer modern. MSI dikenal sebagai pemimpin dunia dalam bidang PC AI, *gaming*, *content creation*, serta solusi AIoT yang mendukung berbagai kebutuhan industri dan konsumen individu. Perusahaan ini telah membangun reputasi global dengan kehadiran di lebih dari 120 negara, membuktikan kapasitasnya dalam menjangkau pasar yang luas sekaligus beragam. Keunggulan ini menunjukkan bahwa MSI tidak hanya memproduksi perangkat keras, tetapi juga berperan dalam mengubah lanskap digital global melalui inovasi berkelanjutan.

Pertumbuhan perkembangan industri perangkat keras komputer meningkat pesat dikarenakan kebutuhan terhadap teknologi digital saat ini mengalami peningkatan. Hal ini bukan hanya terpengaruh dengan pertumbuhan ekonomi digital, melainkan dengan kebutuhan konsumen yang meningkat terhadap perangkat berperforma tinggi yang diperlukan untuk *gaming*, membuat konten, dan juga digunakan untuk produktivitas bisnis. Permintaan pasar untuk laptop *gaming*, ekosistem e-sports yang berkembang, model kerja *hybrid*, dan keharusan akan teknologi berkinerja tinggi untuk tugas kreatif (Gartner, 2022).

Peningkatan penggunaan teknologi digital di Indonesia diperkuat dengan internet yang mencapai lebih dari 78% di tahun 2023 (APJII, 2023). Hal ini menjadi potensi peluang pasar yang luas, khususnya di kalangan milenial dan Gen Z yang menjadi target utama pengguna laptop *gaming* maupun non *gaming*. Kehadiran MSI Indonesia menjadi jawaban untuk kebutuhan masyarakat digital yang terus berkembang.

MSI juga berkontribusi besar pada *content creation*. Meningkatnya jumlah kreator konten digital, baik di platform YouTube, TikTok, dan media lainnya membutuhkan perangkat yang mampu mendukung aktivitas rendering video, editing grafis, hingga live streaming. Produk MSI yang dirancang dengan spesifikasi tinggi memberikan solusi bagi para kreator konten profesional maupun pemula. Fenomena ini mempertegas urgensi keberadaan perusahaan teknologi dalam mendukung ekonomi digital berbasis kreativitas yang kini tumbuh secara eksponensial.

Pemilihan *job position* Marketing Executive yang fokusnya pada produk laptop di magang ini memiliki urgensi pemasaran dalam membangun citra merek untuk mengomunikasikan nilai produk kepada konsumen. Divisi pemasaran memiliki peran krusial dalam menjembatani inovasi produk dengan kebutuhan pasar melalui aktivitas promosi, branding, serta komunikasi strategis. Terkait posisi tersebut, program magang yang diselenggarakan oleh MSI Indonesia bersifat *paid internship*, sehingga memberikan penghargaan *profesional* terhadap kontribusi mahasiswa magang. Rentang kompensasi yang diberikan berkisar antara Rp2.500.000 hingga Rp3.500.000, yang ditentukan berdasarkan evaluasi kinerja selama periode magang yang mendorong mahasiswa untuk menunjukkan performa kerja yang optimal dan bertanggung jawab secara profesional.

Jobdesk di posisi Marketing Executive di MSI Indonesia mencakup berbagai aspek teknis dan strategis, mulai dari pengelolaan promo redemption hingga lokalisasi konten dari kantor pusat. Kegiatan ini memberikan pengalaman nyata tentang bagaimana strategi pemasaran global diterjemahkan ke dalam konteks lokal yang sesuai dengan *audiens* Indonesia. Hal ini sejalan dengan teori komunikasi

lintas budaya yang menekankan pentingnya adaptasi pesan pemasaran dalam lingkungan multikultural.

Selain fungsi adaptasi konten, posisi ini juga melibatkan aktivitas pemantauan kampanye, pengelolaan relasi dengan KOL, serta riset tren sosial media. Aktivitas tersebut memperlihatkan bagaimana pemasaran modern semakin mengandalkan analisis data dan real-time monitoring untuk menilai efektivitas kampanye (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2022). Dengan demikian, pengalaman magang ini menjadi media pembelajaran empiris untuk memahami praktik pemasaran berbasis data yang saat ini menjadi standar di industri global.

Magang di MSI Indonesia dengan posisi Marketing Executive tidak hanya memberikan pengalaman praktis, tetapi juga kontribusi nyata terhadap pengembangan kompetensi profesional mahasiswa. Dengan memahami bagaimana strategi pemasaran dijalankan dalam perusahaan teknologi multinasional, mahasiswa memperoleh wawasan sistematis mengenai hubungan antara teori pemasaran, komunikasi strategis, dan praktik bisnis di dunia nyata (Kotler et al., 2022). Oleh karena itu, latar belakang ini menegaskan urgensi magang sebagai bagian dari proses pembelajaran akademik sekaligus persiapan karier profesional di masa depan.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Program kerja magang dilaksanakan agar penulis mempunyai gambaran serta pengalaman kerja nyata mengenai marketing dalam sebuah perusahaan. Selain itu, magang ini bertujuan untuk:

1. Memahami aktivitas/peranan Marketing Executive di MSI Indonesia.
2. Menerapkan pengetahuan dan ilmu yang sudah dipelajari saat kuliah.
3. Mengembangkan *hard skill* dan *soft skill*

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Waktu dan prosedur pelaksanaan kerja magang yang penulis lakukan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara. Durasi magang adalah selama 640 jam. Sedangkan jam kerja magang mengikuti peraturan

yang diberlakukan oleh MSI Indonesia adalah jam 09:00 – 18:00 WIB setara dengan 9 jam kerja dipotong dengan istirahat di jam 12.00 – 13.00 WIB.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Perkiraan bulan Juni awal, penulis mengajukan KM-01 melalui Google Form untuk mendaftarkan tempat magang.
- 2) Mendapatkan persetujuan dalam bentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang) dari kepala program studi.
- 3) Mengunduh formulir KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang), KM-05 (Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang), KM-06 (Penilaian Kerja Magang), dan KM-07 (Verifikasi Laporan Magang) untuk keperluan penyusunan laporan magang.

B. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai *Marketing Executive Intern*.
- 2) Kebutuhan penugasan dan informasi, didampingi langsung oleh supervisor atau pembimbing lapangan.
- 3) Pengisian dan penandatanganan form KM-03 hingga KM-07 yang dilakukan pada saat proses praktik kerja magang berlangsung dan mengajukan lembar penilaian kerja magang (KM-06) kepada pembimbing lapangan pada akhir periode praktik kerja magang.

C. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

- 1) Membuat laporan magang yang dibimbing oleh Chininta Rizka Angelia, S.I.Kom., M.Si., selaku dosen pembimbing melalui pertemuan Zoom Meeting dan WhatsApp.
- 2) Pengumpulan Laporan Praktik Kerja Magang dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi PJJ Ilmu Komunikasi.