

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Industri HORECA (hotel, restoran, *cafe*) di Indonesia terus mengalami pertumbuhan yang pesat, dan perkembangan ini juga mempengaruhi industri yang terhubung seperti F&B (*food & beverages*). Menurut penyelenggara FHI (Food & Hospitality Indonesia) yang merupakan pameran dagang badan-badan usaha HORECA, industri ini diproyeksikan dapat meningkatkan pendapatan di sektor F&B sebesar 10,79% per tahun 2025 (Ambarwati, 2024). *Procurement* atau *purchasing* F&B merupakan proses yang penting untuk memastikan efisiensi produk dan pelayanan badan usaha yang bergerak di industri HORECA (Nugraha, dkk., 2023).

Maka dari itu hadir beragam perusahaan *supplier* kebutuhan F&B untuk badan-badan usaha HORECA, salah satunya PT. Bahana Genta Viktory. Merupakan bagian dari Purwana Group, PT. Bahana Genta Viktory telah bergerak di bidang *beverage supplier* dan *distributor*, utamanya produk kopi, teh, dan air premium sejak tahun 2000 (BahanaGV, 2023). PT. Bahana Genta Viktory menaungi, merepresentasikan, dan menjadi pihak distribusi untuk berbagai *beverage brand* ternama seperti Ueshima Coffee Co., Ronnefeldt Tea, serta Acqua Panna oleh Nestlé Group.

*Digital marketing* telah menjadi media yang krusial bagi *brand* F&B kini untuk menjangkau konsumen. Salah satu alat *digital marketing* yaitu *social media marketing* melalui percampuran UGC (*user-generated content*) dan *brand-generated content*, dapat mendorong peningkatan pada *engagement* konsumen dengan sebuah *brand* F&B (Nagpal & Srivastava, 2025). Hingga saat ini, PT. Bahana Genta Viktory telah memaksimalkan taktik *digital marketing* untuk promosi *brand*, melalui pemanfaatan konten visual foto juga video pada berbagai platform media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, dsb. PT. Bahana Genta

Viktory juga memanfaatkan media *website* untuk membangun promosi identitas, produk, dan jasa yang ditawarkan *brand*.

Penulis meyakini bahwa banyak hal yang dapat dipelajari melalui mekanisme dan ekosistem *digital marketing* PT. Bahana Genta Viktory. Sebagai mahasiswa DKV, penulis dapat mengerahkan *skill* teknis yang selama ini telah dipelajari dan diasah selama perkuliahan dalam mendesain dan mengkreasi berbagai jenis konten promosi pada media sosial PT. Bahana Genta Viktory. Namun melampaui hal tersebut, penulis juga berharap agar pengalaman sebagai *digital marketing intern* di PT. Bahana Genta Viktory dapat mengekspos penulis terhadap *skill-skill* selain desain dalam dunia *digital marketing*, seperti proses *content planning* dan *scheduling* yang efektif, metode *monitoring* performa konten yang tepat, hingga riset *market* dan kompetitor.

Berbekal berbagai *skill* yang penulis pelajari melalui pengalaman sebagai *digital marketing intern* di PT. Bahana Genta Viktory, penulis berharap dapat mengeksplor bagaimana desain mendukung dunia *digital marketing* secara lebih dalam di dunia pekerjaan kelak. Selain itu, terdapat juga potensi luas bagi penulis untuk berkecimpung dalam aspek-aspek di luar desain dalam karir pada dunia *digital marketing*. *Soft skill* yang penulis pelajari selama magang di PT. Bahana Genta Viktory juga dapat menjadi pendukung penulis untuk menavigasi interaksi serta etika kerja kelak dalam dunia *digital marketing* yang *fast-paced*.

## 1.2 Tujuan Kerja

Melalui pelaksanaan program magang wajib kampus di PT. Bahana Genta Viktory, berikut merupakan tujuan-tujuan yang ingin diraih oleh penulis:

1. Memenuhi syarat untuk meraih gelar sarjana desain (S.Ds.) di Universitas Multimedia Nusantara.
2. Menjadikan pengalaman magang sebagai sarana mengimplementasikan ilmu yang telah dipelajari selama perkuliahan di prodi Desain Komunikasi Visual.
3. Meningkatkan *hard skill* penulis dalam hal desain grafis, dan berkecimpung dalam berbagai jenis *hard skill* di bidang *digital marketing*.

4. Mengembangkan *soft skill* penulis dalam berkarir profesional, seperti berkomunikasi antar rekan kerja, hingga mengatur prioritas serta waktu dalam bekerja.

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

Penulis melakukan program magang di perusahaan PT. Bahana Genta Viktory, yang merupakan salah satu perusahaan naungan Purwana Group. Program magang dilaksanakan di kantor yang berlokasi di Gedung Graha Elizabeth, Jl. Tanah Abang II No. 17, Jakarta Pusat. Dalam rangka pemenuhan syarat lulus program Career Acceleration Program Track 1 di Universitas Multimedia Nusantara, penulis melakukan magang selama 640 jam dan pengerjaan laporan magang selama 207 jam yang setara dengan 20 SKS. Selama penulis melaksanakan program magang di PT. Bahana Genta Viktory, terdapat waktu dan prosedur pelaksanaan program magang yang berlangsung.

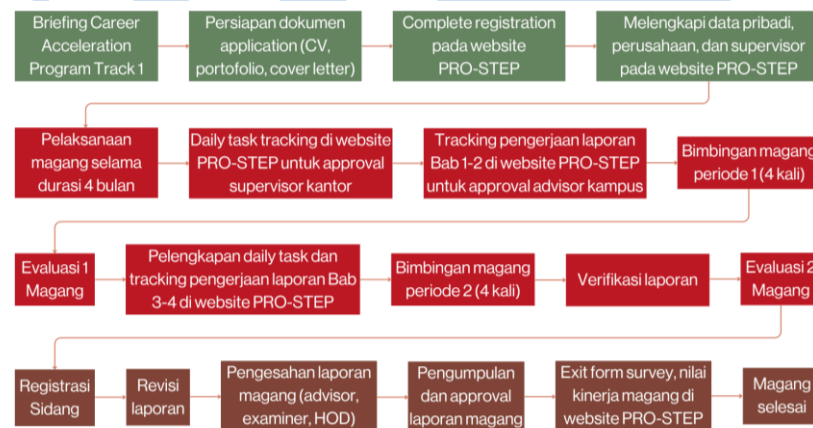
#### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja**

Penulis menjalankan program magang di PT. Bahana Genta Viktory dalam kurun periode 4 bulan, dimulai dari 9 Februari 2026 hingga 12 Juni 2026. Waktu pelaksanaan kerja di PT. Bahana Genta Viktory terdiri atas 9 jam kerja per hari termasuk 1 jam istirahat. Durasi ini berlaku untuk hari kerja *weekday* Senin sampai Jumat, sehingga menghasilkan total 40 jam kerja per minggu, dan memenuhi syarat 640 jam kerja Career Acceleration Program Track 1. Aktivitas kerja selama program magang dilaksanakan secara *work from office*.

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

Sebelum pelaksanaan magang secara langsung, Career Acceleration Program Track 1 diawali dengan *briefing* yang diselenggarakan pada 2 Februari 2026 di Universitas Multimedia Nusantara. Pada *briefing* ini, disajikan seluruh informasi prosedur, aturan, dan *timeline* terkait pelaksanaan magang jalur Career Acceleration Program Track 1 yang setara dengan 20 SKS. Sebelum penyelenggaraan *briefing*, penulis telah melakukan pencarian lowongan-lowongan *internship* yang kemudian diajukan pada *website* program magang PRO-STEP UMN. Setelah mendapat *approval* dan *cover letter* yang

dirumuskan di bawah naungan kampus, penulis memulai proses *application* terhadap lowongan-lowongan *internship* dengan mengikuti prosedur masing-masing perusahaan serta mengirimkan dokumen-dokumen terkait seperti CV (*curriculum vitae*) dan portofolio.



Gambar 1.1 Bagan Prosedur Pelaksanaan Kerja

Pada awal Januari 2026, salah satu lowongan pekerjaan yang penulis temukan adalah untuk posisi *digital marketing intern* di Purwana Group melalui platform Indeed. Setelah proses *application* yang dijalani penulis selama pertengahan Januari 2026 yaitu mengirimkan CV dan portofolio, juga wawancara dengan *recruitment supervisor*, penulis mendapatkan konfirmasi keputusan penerimaan kerja magang sebagai *digital marketing intern* di salah satu perusahaan naungan Purwana Group yaitu PT. Bahana Genta Viktory. Pasca dirumuskan LoA (*letter of acceptance*) resmi pada awal Februari 2026 oleh *recruitment supervisor*, penulis melengkapi registrasi data pribadi dan perusahaan untuk mendapatkan *card* PRO-STEP 02.

Setelah seluruh langkah registrasi magang dipenuhi pada *website* PRO-STEP UMN, penulis memulai program magang pada 9 Februari 2026, yang berjalan selama 4 bulan hingga 12 Juni 2026. Selama pelaksanaan magang, penulis turut melakukan *daily task tracking* di *website* PRO-STEP UMN, dengan cara melaporkan deskripsi aktivitas serta waktu kerja harian. Seluruh laporan *daily task* dipantau untuk *approval* oleh Riandra Ghazyla, pemegang jabatan *brand marketing* di PT. Bahana Genta Viktory, selaku *supervisor*

penulis selama program magang di kantor. Penulis juga melakukan *daily task tracking* penyusunan laporan magang yang dipantau untuk *approval* oleh dosen pembimbing selaku *advisor* di kampus.

Selama menjalankan program magang di PT. Bahana Genta Viktory, penulis mengikuti jadwal kerja yang dimulai dari pukul 08:30 WIB hingga pukul 17:30 WIB sepanjang durasi *weekday* Senin sampai Jumat. Sebagai *digital marketing intern*, penulis mendukung tim *marketing* untuk meningkatkan dan mempertahankan *brand presence* platform digital PT. Bahana Genta Viktory. Secara spesifik, penulis fokus pada desain grafis untuk *social media marketing* PT. Bahana Genta Viktory yang mencakup desain *brand-generated content feed, story, motion graphic reel* platform Instagram kemudian seringkali *dimirror* pada platform TikTok, juga *shoot* dan edit konten menyerupai UGC (*user-generated content*) dengan pengguna di dalamnya serta *highlighting* produk. Penulis juga memberi asistensi dalam *planning* dan *scheduling* konten, hingga *outreach* KOL untuk menghasilkan UGC.

Seluruh aktivitas pekerjaan dan pengerjaan laporan magang yang dilakukan penulis, melewati tahap Evaluasi 1 dan Evaluasi 2 oleh kampus. Setelah melalui tahap Evaluasi 1 dan Evaluasi 2, dimana total 640 jam kerja kantor di bawah *supervisor* dan 270 jam pengerjaan laporan magang serta 8 pertemuan bimbingan di bawah *advisor* telah terpenuhi, penulis melakukan pengumpulan laporan magang untuk *approval*. Setelah *approval* telah diberikan, penulis mendaftar untuk mengikuti sidang magang. Sidang magang berlangsung pada 29 Juni 2026 hingga 3 Juli 2026, dimana setelahnya penulis melakukan revisi laporan magang. Revisi dipantau dan diberi tanda tangan oleh dosen pembimbing juga dosen penguji, yang kemudian diserahkan pada Kaprodi (ketua program studi) untuk ditanda tangan sebelum dikumpul di *website* PRO-STEP UMN.