

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berdasarkan jurnal Rezi Muhammad Taufik “New Business Model For Creative Agency Through Influencer Marketing” Pada saat ini pemasaran influencer dipandang sebagai salah satu strategi terbaik untuk mendatangkan pelanggan potensial saat menggunakan pemasaran media sosial dengan memanfaatkan masa influencer.

Dalam era yang modern terdapat banyak perkembangan dalam dunia *advertising*, dunia *advertising* sekarang memiliki kemajuan yang pesat dan canggih. Manusia dituntut untuk meningkatkan pengembangan diri. Hal ini akan berdampak dalam Sumber Daya Manusia (SDM) yang lebih berkualitas. Sumber daya manusia dalam bidang periklanan semakin banyak dibutuhkan oleh agensi-agensi periklanan di Indonesia.

Dan kami juga melihat banyaknya pekerja lepas yang bagus dibidang multimedia yang kurang dilihat portofolionya oleh karena itu kami ada untuk memfasilitasi mereka agar bisa mendapatkan proyek dan uang nantinya menurut kami ini kesempatan yang bagus untuk kedepannya untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan juga perkembangan kemampuan pekerja lepas di bidang multimedia kedepannya.

Serta salah satu alasan kami mendirikan perusahaan ini adalah karena kebutuhan tugas akhir kuliah yang mana disana kami diharuskan untuk mencapai omset sebesar tiga juta rupiah selama satu semester untuk memenuhi syarat tugas akhir.

Diperusahaan ini kita terdiri dari 7 orang pendiri yang memiliki tugas spesifik masing masing menurut minat dan bakatnya seperti ada CEO yang bertugas sebagai keputusan tertinggi, ada *Human resource and development* yang bertugas untuk mengembangkan kepegaiwan, ada produksi yang bertugas untuk memenuhi kebutuhan produksi client, ada finance yang bertugas mengatur keuangan perusahaan dan ada marketing yang bertugas memasarkan jasa perusahaan.

Human resource and development di Tembok Creative berperan sebagai pemegang tanggung jawab atas sumber daya manusia di Tembok Creative, mulai dari membuat peraturan karyawan perusahaan, menerapkan kebijakan, dan menjaga hubungan di antara karyawan dengan perusahaan.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun yang menjadi isi dari subbab ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana mengembangkan Tembok Creative yang bergerak dibidang produksi multimedia untuk mendapatkan revenue sebesar Rp.3.000.000,00 dalam waktu sebulan
2. Bagaimana mengerjakan tugas *Human Resource Development* untuk mendukung tercapainya target revenue sebesar Rp.3.000.000,00 dalam waktu sebulan?

1.3 Tujuan

Adapun Tujuan dari Tembok Creative ini adalah sebagai berikut :

1. Mencapai pendapatan sebesar Rp. 3000.000,00 untuk memenuhi kebutuhan proyek akhir.
2. Merumuskan dan melaksanakan tugas sebagai *Human Resource Development* untuk mencapai target pendapatan sebesar Rp. 3.000.000,00 dalam waktu sebulan

1.4 Definisi Operasional

Untuk menghindari berbagai penafsiran yang berbeda terhadap definisi yang digunakan dalam Proyek Akhir ini maka penulis memberikan penjelasan mengenai definisi operasional dari variabel-variabel yang digunakan :

1. Multimedia

Multimedia merupakan suatu proses penyediaan indormasi pada komputer yang menggunakan suara, grafika, animasi, text.

2. Agency

Orang atau perusahaan perantara yang meng-usahakan penjualan bagi perusahaan lain atas nama peng-usaha; perwakilan;

3. Kreatif

Bersifat (mengandung) daya cipta: *pekerjaan yang -- menghendaki kecerdasan dan imajinasi;*

4. Digital

Suatu aktifitas dan kegiatan pemasaran yang menggunakan media berbasis internet.

5. Company

Setiap bentuk badan usaha yang menjalankan setiap jenis usaha yang bersifat tetap dan terus - menerus

1.5 Metode Pengerjaan

1. Brainstorming
Pada tahap ini kita membangun ide dan bertukar pikiran untuk mendapatkan landasan awal perusahaan agar bisa lebih kokoh dalam mengerjakan tugas tugas kedepannya.
2. Pembuatan Struktur Organisasi
Membuat struktur organisasi yang jelas dan membagi tugas sesuai kemampuan setiap anggota Tembok Creative.
3. Pengumpulan Dana
Melakukan pengumpulan dana dari setiap *founder* perusahaan sebagai modal awal membangun perusahaan.
4. Pembuatan Media Promosi
Membuat akun instagram, email dan sosial media lainnya sebagai media promosi dan branding marketing.
5. Launch
Melakukan *soft launching* di Sosial Media.
6. Marketing
Semua marketing dilakukan di sosial media.
7. Produksi Iklan promosi
Produksi portofolio agar menarik minat konsumen.
8. Mencapai target bulanan
Melakukan promosi dan mendapatkan *client* setiap bulannya.

1.6 Jadwal Pengerjaan

1. Brainstorming
Pada tahap ini kami mengerjakan antara bulan Desember 2021 – Januari 2022
2. Pembuatan Struktur Organisasi
Pembuatan struktur organisasi dilakukan pada bulan Februari 2022
3. Pengumpulan Dana
Pengumpulan dana dilakukan pada bulan Februari 2022
4. Pembuatan Media Promosi
Pembuatan Media Promosi dilakukan pada bulan Februari 2022
5. Launch
Lauching Tembok Creative dilakukan pada tanggal 22 Februari 2022

6. Marketing

Marketing dan promosi kami dilakukan pada bulan Maret 2022 – May 2022

7. Produksi Iklan promosi

Produksi portofolio foto produk dan iklan promosi dilakukan pada bulan May 2022

8. Mencapai target bulanan

Dilakukan setiap awal bulan hingga akhir bulan pada setiap bulannya dari bulan April 2022