Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB I
PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Peranan industri kreatif semakin berkembang di Indonesia. Selain membangun citra dan nilai budaya nasional, industri kreatif dinilai juga memiliki target segmentasi yang tidak terbatas. Setiap lapisan masyarakat dapat turut ambil alih mengembangkan industri kreatif dengan modal utama yaitu kreativitas dan pola pikir sebagai nilai jual. Kreativitas tersebut memerlukan peran desain, baik dalam proses merancang hingga mengeksekusi dengan tujuan *problem solving*. Melalui prinsip dan elemen-elemen desain, kreativitas yang ada dapat diimplementasikan sesuai tujuan dan bermanfaat kepada masyarakat. Terdapat beraneka ragam profesi yang mendalami prinsip dan elemen-elemen desain, salah satunya adalah profesi Desainer Grafis.

Menurut informasi yang dihimpun penulis dari Asosiasi Desainer Grafis Indonesia (ADGI) melalui *website* 12 September 2017, ilmu desain grafis masuk ke Indonesia melalui disiplin seni reklame, dikarenakan pada awalnya penerapan desain grafis banyak dijumpai di bidang periklanan. Seiring perkembangan waktu pula, kebutuhan komunikasi visual tidak hanya terbatas pada aplikasi periklanan sehingga Institut Teknologi Bandung dan ASRI (sekarang lebih dikenal dengan ISI Jogja) berinisiatif untuk memisahkan ilmu desain grafis secara mandiri, yang selanjutnya dikenal dengan nama Desain Komunikasi Visual.

Implementasi Desain Komunikasi Visual dapat dijumpai di mana saja seperti, perusahaan, restoran, media sosial, dan lain-lain. Kompas Gramedia sebagai salah satu perusahaan besar di Indonesia juga menggunakan penerapan ilmu Desain Komunikasi Visual. Sesuai tujuannya, Kompas Gramedia ingin terus mengejar cita-cita mulia untuk turut mencerdaskan bangsa. Di tiap tahunnya pula, Kompas Gramedia bersama seluruh komponen masyarakat memiliki semangat untuk menyebarkan nilai-nilai positif. Seperti di tahun 2017, Kompas Gramedia mengangkat *tagline* "Bangga Berubah," sehingga hal tersebut membutuhkan

Peran desainer grafis..., Billy Chandra, FSD UMN, 2017

strategi dan eksekusi visual agar maksud pesan dapat tersampaikan secara tepat. Tidak hanya sebatas *core* nilai positif yang ingin ditanamkan di tiap tahunnya, Kompas Gramedia yang memiliki berbagai macam unit juga membutuhkan berbagai alternatif dan aplikasi desain yang tepat serta bermanfaat sesuai fungsinya.

Pertimbangan-pertimbangan poin di atas membuat penulis tertarik untuk melakukan proses magang di Kompas Gramedia. Terlebih untuk mengaplikasikan ilmu di unit *Corporate Human Resources* (CHR). Dengan harapan, penulis akan mendapatkan segudang pengalaman dan pembelajaran bermanfaat. Misalnya, suasana dunia kerja, *flow* kerja, negosiasi dan mengatur tenggat pekerjaan serta proses interaksi di salah satu perusahaan besar Indonesia, Kompas Gramedia.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dan tujuan mata kuliah *Internship* adalah sebagai berikut:

1. Memberikan pengalaman dunia bekerja,
2. Menerapkan teori ataupun ilmu-ilmu desain yang telah dipelajari oleh penulis selama perkuliahan,
3. Mengetahui sistem kerja yang ideal bagi sebuah perusahaan.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melakukan pemenuhan syarat-syarat magang seperti, pembekalan magang di bulan Mei 2017 yang dilakukan oleh Koordinator Mata Kuliah Magang, lulus 100 SKS dan persyaratan akademik lainnya. Penulis memulai pengisian KM- 01 dengan melakukan *listing* perusahaan dan studio desain ternama untuk kemudian disetujui dari segi tempat magang oleh Koordinator Mata Kuliah Magang. Lalu, penulis menemui dosen pembimbing untuk melengkapi data berupa tanda tangan pengesahan KM – 01. Penulis kemudian mengirimkan surat lamaran, *curriculum vitae,* dan portofolio kepada beberapa perusahaan serta studio desain yang telah masuk ke dalam daftar. Selanjutnya, penulis mendapatkan *email* pemberitahuan mengenai Undangan Wawancara *User* dan Test Magang Reguler yang dikirimkan

Peran desainer grafis..., Billy Chandra, FSD UMN, 2017

tertanggal 7 Juni 2017 dimana penulis diminta untuk dapat hadir pada tanggal 9 Juni 2017 untuk melakukan *interview.*

Pada saat *interview,* penulis diminta untuk melakukan *technical test* mengenai kemampuan desain. Saat itu, penulis diuji kemampuannya dalam mengkomunikasikan nilai EVP (*Employer Value Proposition*) ke sebuah visualisasi konten media sosial berupa Instagram, Twitter dan Facebook. Waktu yang diberikan untuk melakukan *technical test* adalah satu jam. Selain *technical test,* penulis juga melakukan proses *user interview*. Penulis ditanyai perihal desain yang telah dibuat saat *technical test;* berupa pemilihan warna, nilai dan *layouting.* Penulis juga diminta untuk menceritakan pengalaman dalam melakukan proses desain. Tiga hari setelahnya, penulis dihubungi melalui nomor telepon oleh Rheinjani Dora mengonfirmasi bahwa penulis lulus dan diterima sebagai *Graphic Design Internship* di Kompas Gramedia unit *Corporate Human Resources*. Saat itu, tertanggal 12 Juni 2017 penulis masih diminta untuk *freelance* karena kebutuhan desain yang mendesak hingga tanggal 16 Juli 2017. Setelah dikonfirmasi, penulis melakukan koordinasi dengan pihak CHR Kompas Gramedia untuk mengeluarkan surat pernyataan diterima magang agar penulis dapat menukarkan KM – 02 (Surat Pernyataan) dengan KM – 03 sampai KM – 07.

Kompas Gramedia memiliki prosedur durasi magang selama dua sampai tiga bulan. Penulis memilih durasi magang selama 2 bulan dengan akumulasi total 42 hari dan 320 jam dimulai dari tanggal 17 Juli 2017 hingga 19 September 2017. Pada hari pertama magang, penulis mendapatkan NEO (*New Employee Orientation*) dari pembimbing magang. Penulis juga melakukan penyelesaian administrasi berupa foto identitas magang dan surat kontrak kerja magang. Program kerja magang ini dilakukan sesuai dengan ketentuan dari Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara, yaitu minimal 40 hari kerja.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA