



### **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.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Manusia sebagai makhluk sosial membutuhkan interaksi. Berkomunikasi adalah satu-satunya cara untuk berinteraksi dengan sesamanya, baik secara lisan maupun tulisan, verbal maupun *non-verbal*. Era globalisasi saat ini, berkomunikasi bergantung pada media yang digunakan. Media memiliki peran yang penting dalam menentukan bentuk komunikasi, sehingga dibutuhkan seorang penyampai pesan (*sender*) agar pesan dapat tersampaikan kepada penerima (*receiver*).

Desain komunikasi visual, merupakan salah satu cara untuk menyampaikan pesan yang lebih dititik beratkan pada media visual, yang artinya dapat dilihat atau dirasakan oleh indera penglihatan. Bidang ini mengajarkan bagaimana kita dapat menyampaikan pesan *non-verbal* dalam konsep yang dapat dimengerti masyarakat. Kemampuan, kepekaan, sensitivitas, kreativitas, serta pengalaman seorang desainer tentunya dibutuhkan untuk melakukan desain sebagai bentuk komunikasi *non-verbal*. Salah satu bentuk komunikasi dalam visual adalah *branding*. *Branding* adalah usaha yang dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk mengomunikasikan ide, konsep, dan gagasan, baik pada perusahaan yang baru memulai maupun yang sudah lama berdiri. Hal ini menunjukkan dibutuhkan seorang desainer grafis sebagai konseptor serta eksekutor dalam hal mengomunikasikan hal tersebut dalam berbagai media yang sesuai dengan kebutuhan.

Kamarupa *Design Group* merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang *branding consultant*, termasuk didalamnya *branding* itu sendiri, desain grafis, fotografi dan videografi, *digital marketing*, arsitektur dan interior desain, hingga *website* dan pengembangan aplikasi *mobile*. Di Kamarupa, setiap orang dituntut untuk bisa menjabarkan informasi yang akurat serta konsep matang pada setiap desain yang dibuat. Kualitas dari setiap desain yang dihasilkan juga dikontrol dengan baik dan secara langsung oleh *Design Director*, ini semua

karena Kamarupa sangat menjaga kepercayaan setiap klien. Hal ini ditunjukkan oleh berbagai proyek berskala besar seperti MRT Jakarta, Unilever, Adira, WWF, Panin Bank, Danone, dan lain-lain.

Mengetahui hal tersebut, penulis memilih Kamarupa *Design Group* sebagai tempat untuk melaksanakan program kerja magang, karena penulis yakin bahwa selama program kerja magang, penulis dapat mendapatkan manfaat dan pengalaman nyata dari perusahaan *branding consultant* ini.

### **1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang**

Kerja magang dijalani penulis selama 320 jam kerja memiliki maksud dan tujuan yang berdampak positif baik bagi penulis, tetapi juga bagi tempat kerja magang penulis. Maksud dan tujuan kerja magang adalah sebagai berikut:

1. Sarana untuk menyalurkan ilmu yang telah dipelajari selama perkuliahan dalam proyek dan industri kerja yang nyata di Kamarupa *Design Group*
2. Mendapatkan pengalaman dan juga kesempatan untuk belajar dan mengembangkan diri, serta menambah koneksi selama masa kerja magang di Kamarupa *Design Group*
3. Bekal bagi mahasiswa agar memiliki pribadi yang lebih bertanggung jawab, kreatif, teliti, komunikatif, dan juga inovatif untuk nantinya masuk kedalam lingkungan pekerjaan yang nyata

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

Kerja magang dijalani penulis selama 2 bulan, terhitung dari tanggal 25 Juli 2016 sampai 30 September 2016, hal ini sesuai dengan batas minimal mata kuliah magang. Batas minimal untuk menempuh mata kuliah magang di Universitas Multimedia Nusantara adalah 320 jam/2 bulan.

Penulis pada mulanya mengikuti prosedur dari Kamarupa, yaitu mengirimkan portofolio dan *curriculum vitae* melalui *website*-nya. Penulis kemudian mendapatkan email yang berisi undangan untuk wawancara. Pada hari wawancara, penulis membawa sendiri surat pengantar magang, portofolio dan *curriculum vitae* ke studio, dan diwawancarai oleh salah satu *Founder* Kamarupa.

Setelah seminggu, penulis mendapatkan persetujuan dan email penerimaan sebagai anak magang di Kamarupa. Penulis ke kampus untuk mengambil dan mengurus surat-surat keperluan magang, dan kemudian langsung bekerja di Kamarupa sesuai perjanjian di *email* yang diterima penulis.

Kamarupa memiliki beberapa aturan, layaknya studio desain manapun. Beberapa peraturan yang harus dipatuhi adalah sebagai berikut :

- a. Jadwal masuk kantor mulai dari Senin-Jumat, pukul 09.00 - 18.00 (8 jam kerja)
- b. Absen hanya diperbolehkan jika memang keadaan mendesak ataupun berhubungan dengan keperluan kuliah
- c. Mengenakan pakaian yang rapih dan sopan
- d. Karya yang telah dikerjakan harus disetujui oleh *Creative Director* dan kemudian dilanjutkan kepada *Founder*
- e. Harus mempersiapkan file sesuai kebutuhan jika sudah final, atau yang biasa disebut dengan *final artwork* (FA)

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA