



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

Nusantara Sakti Group adalah perusahaan asal Indonesia yang memiliki berbagai unit usaha, yang bergerak di berbagai bidang seperti Dealer Resmi Motor Honda, Bengkel Resmi Honda (AHASS), dan lain-lain. Sebagai perusahaan yang memiliki berbagai unit usaha, maka peran dari tenaga kerja dengan kredibilitas dan kualitas yang baik sangatlah dibutuhkan. Untuk membentuk tenaga kerja yang memiliki kredibilitas dan kualitas baik, maka perusahaan mengadakan program *employer branding* dengan membuat modul *E-Learning*.

Lybrand (2018) mengatakan bahwa *employer branding* dilakukan dengan cara menyampaikan nilai-nilai yang dipegang oleh sebuah perusahaan kepada karyawannya, menunjukkan bahwa perusahaan tersebut adalah tempat kerja yang baik, dengan tujuan menciptakan kesan positif kepada para karyawan terhadap perusahaan tersebut sehingga meningkatkan semangat bekerja.

Garibaldi (2014) mengatakan bahwa *employer branding* adalah usaha untuk menciptakan citra positif perusahaan kepada calon karyawan serta pelanggan barang dan jasa yang disediakan oleh perusahaan. Calon karyawan cenderung bertanya kepada karyawan yang sudah bekerja di suatu perusahaan tentang lingkungan kerja perusahaan tersebut sebelum memutuskan untuk bergabung ke dalamnya. Selain itu, perusahaan akan memiliki citra positif di mata pelanggan jika mereka mengetahui bahwa perusahaan tersebut memperlakukan karyawannya dengan baik.

Modul *E-Learning* yang digunakan oleh Nusantara Sakti Group berupa konten edukasi serta motivasi yang dipublikasikan melalui media sosial Instagram, Facebook, dan WhatsApp. Jenis-jenis konten yang dipublikasikan adalah *motion graphic*, infografis, serta gambar/foto. Menurut Freeman (2017), *motion graphic* dapat berupa animasi logo, animasi infografis, dan bentuk animasi lainnya yang melibatkan teks, desain grafis, serta musik. Beberapa tahapan dalam membuat *motion graphic* yaitu *briefing*, *storyboarding*, pembuatan aset, membuat *motion*,

*editing, rendering*, dan kemudian presentasi hasil akhir (Vaganza Digital, 2020). Penerapan teknik animasi dalam proses pembuatan konten media sosial perusahaan menjadi dasar penulis mengambil keputusan untuk melakukan praktek magang di Nusantara Sakti Group.

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

Maksud dan tujuan Penulis kerja magang sebagai *Internship Motion Graphic* di Nusantara Sakti Group adalah:

1. Penulis ingin mendapatkan pengalaman menerapkan ilmu tentang *motion graphic* yang didapat selama masa perkuliahan di Universitas Multimedia Nusantara.
2. Mengetahui dunia kerja di bidang *motion graphic*.
3. Sebagai salah satu syarat kelulusan Program Studi Film jurusan Animasi.

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

Saat sedang mencari tempat kerja untuk magang, penulis memilih untuk mengambil pekerjaan di bidang *motion graphic*. Penulis kemudian mencari lowongan *motion graphic* di halaman instagram CDC UMN dan menemukan lowongan *motion graphic* di Nusantara Sakti Group. Pada 8 Maret 2020 penulis mengirimkan email lamaran, CV, dan portfolio ke alamat email [training.nsgroup@nusantara-sakti.com](mailto:training.nsgroup@nusantara-sakti.com). Pihak HRD Nusantara Sakti Group menghubungi penulis pada tanggal 11 Maret 2020 untuk menginformasikan tempat dan jadwal *interview*, yaitu di kantor pusat Nusantara Sakti Group pada tanggal 12 Maret 2020.

Pada hari *interview*, penulis melakukan tes seleksi, kemudian masuk ke tahap wawancara dan review portfolio, kemudian mengerjakan *assignment* untuk membuat *motion graphic* sebagai bentuk tes masuk yang hasilnya akan dikirimkan melalui email. Penulis kemudian dihubungi oleh pihak HRD melalui WhatsApp pada tanggal 25 Maret 2020 untuk memberi jadwal masuk kantor yaitu pada tanggal 26 Maret 2020. Penulis masuk kerja di kantor (WFO) hanya selama 2 hari (26-27 Maret 2020) dan kemudian dilanjutkan dengan kerja jarak jauh (WFH) hingga tanggal 5 Juni 2020 dengan jam kerja 08.30 hingga 17.00 karena adanya pandemi.