

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Desainer memiliki peran beragam dalam sebuah perusahaan. Salah satunya adalah penggunaan visual sebagai bentuk komunikasi dalam penyampaian pesan secara efektif dan menarik yang dapat diterapkan pada desain website, logo, poster, brosur, laporan tahunan, iklan, dan lain-lain. Selain itu, desainer juga harus dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan klien terhadap tema, nada komunikasi, dan/atau elemen visual lainnya dalam mengerjakan sebuah proyek (Doyle, 2021).

Panasonic selalu mencari cara untuk dapat menjangkau konsumen mereka secara efektif. Platform media sosial, khususnya Instagram dan TikTok, merupakan dua aplikasi yang selalu digunakan Panasonic untuk menyampaikan informasi kepada konsumen. Media sosial membuka peluang bagi perusahaan untuk memantau konsumen lebih mendalam, meningkatkan kualitas produk dan layanan, meningkatkan *brand awareness*, membangun hubungan dengan konsumen yang kuat, serta meningkatkan penjualan. Media sosial menjadi sarana yang efektif karena dapat menjangkau konsumen secara lebih luas dan cepat, serta memungkinkan bagi konsumen untuk mengakses pesan dari perusahaan dengan lebih mudah (Hanifatwati, Ritonga, & Puspasari, 2019). Selain itu Panasonic juga kerap melakukan aktivitas sosial atau acara yang dapat meningkatkan reputasi dan kredibilitas *brand* Panasonic dimata konsumen loyal atau potensial (Mahmood & Bashir, 2020). Untuk membuat konten, aktivitas, atau acara yang selalu berhubungan dan bermakna bagi konsumen, Panasonic selalu melakukan analisis terhadap kegiatan yang telah dijalani dalam bentuk laporan untuk mengembangkan dan memperbaiki kekurangan serta mempertahankan keunggulan dari konten, aktivitas, atau acara sebelumnya agar konten selanjutnya dapat menyampaikan pesan dan informasi secara efektif.

Selain Panasonic, penulis melamar kerja magang di JD.ID yang merupakan platform *e-commerce* dan IDS Medical System Indonesia yang merupakan perusahaan *supplier* alat-alat media. Kedua perusahaan tersebut

memiliki persamaan dalam penjualan produk dengan perbedaan pada konsumen, dimana IDS Medical System memiliki konsumen yang lebih spesifik terhadap tenaga dan jasa medis. Penulis memilih untuk melaksanakan kerja magang di Panasonic karena ingin mendapatkan pengalaman bekerja sebagai desainer dalam sebuah perusahaan yang telah memiliki jangkauan luas dari segi target konsumen hingga acara atau *event* yang diselenggarakan.

Dengan melakukan kerja magang ini, penulis berharap lebih siap dalam menghadapi dunia kerja yang sesungguhnya. Kesiapan tersebut dimulai dari proses awal seperti kesiapan dokumen, pencarian tempat kerja, *interview*, hingga ketika telah bekerja secara tetap. Penulis juga mendapat pengalaman bahwa komunikasi dan kerja sama dalam sebuah perusahaan dapat membantu penulis untuk melakukan pekerjaan dengan lebih baik dan maksimal dikemudian harinya. Pengalaman tersebut bersama dengan pengalaman proses kerja desain dalam lingkungan kerja merupakan pengalaman yang akan selalu penulis ingat dan terapkan di kemudian hari.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Kerja magang merupakan sebuah kewajiban dari kampus kepada semua mahasiswa/i untuk menerapkan teori dan kemampuan desain yang telah dipelajari di masa perkuliahan. Penulis menjalani kerja magang sebagai pemenuhan syarat kelulusan dalam mendapat gelar Sarjana S1 Desain Komunikasi Visual.

Selain itu, dalam kesempatan ini penulis menjalani kerja magang untuk menambah wawasan dan pengalaman dunia profesional. Saat menjalankan kerja magang penulis dapat menerapkan dan mengasah kemampuan *hard skill* yang telah dipelajari pada mata kuliah dari kampus dari segi *software* dan teori. Penulis dapat menerapkan penggunaan *Adobe Illustrator* dan *Adobe Photoshop* untuk layouting dan pembuatan poster, serta menerapkan teori-teori desain ketika memberi *feedback* untuk desain yang telah diterima perusahaan dari *agency* atau *vendor* lain. Penulis juga dapat mengembangkan *soft skill* dalam berkomunikasi yang baik dengan rekan kerja dan kinerja bekerja sama yang baik dalam divisi dimana penulis berkeja maupun dengan divisi lain perusahaan.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Kerja magang penulis dimulai dari tanggal 18 Agustus 2021 hingga 17 November 2021. Kegiatan kerja magang penulis sebagian besar dilaksanakan secara WFH (*Work From Home*) dengan beberapa kali secara WFO (*Work From Office*) akibat pandemi *Covid-19*. Penulis melaksanakan kerja magang lima hari setiap minggu dari hari Senin hingga Jumat pada pukul 08.30 WIB hingga 17.45 WIB, dengan pengecualian untuk hari Sabtu dan Minggu, tanggal merah, dan hari libur nasional. Setiap hari kerja, penulis bekerja selama 9 jam 15 menit, sehingga total jam kerja penulis adalah 488 jam dengan 62 hari kerja.