

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Praktik kerja magang atau *Internship* merupakan komponen integral dari kurikulum Universitas Multimedia Nusantara (UMN) dan merupakan persyaratan penting untuk mencapai gelar Sarjana Desain (S.Ds). Hal ini menjadi salah satu motivasi penulis untuk mengikuti magang, bukan hanya sebagai kewajiban akademis, tetapi juga sebagai kesempatan untuk merasakan dinamika dunia kerja secara langsung. Dalam konteks ini, magang memungkinkan penulis untuk mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh selama studi di UMN dalam lingkungan profesional.

Dalam konteks pemilihan tempat magang, penulis dengan seksama mengevaluasi pilihan yang tersedia dan akhirnya memutuskan untuk menjalani magang di PT. XYZ Indonesia, sebuah perusahaan terkemuka di Indonesia yang bergerak dalam industri barang branded berkualitas. Keputusan ini sejalan dengan minat dan potensi penulis sebagai seorang Mahasiswa Desain Komunikasi Visual dan seorang *influencer*. PT. XYZ Indonesia tidak hanya menawarkan produk bermerek terkemuka, tetapi juga memberikan kesempatan bagi penulis untuk menggabungkan keterampilan desain visualnya dengan pemahaman yang mendalam tentang pemasaran dan komunikasi merek dalam konteks industri barang branded yang mewah. Magang di PT. XYZ Indonesia diharapkan akan memberikan penulis pengalaman yang berharga dalam memadukan aspek kreatif dan strategis dalam dunia bisnis barang mewah.

Sebagai mahasiswa Desain Komunikasi Visual dan *influencer*, penulis menggabungkan seni visual dengan pemahaman media sosial selama magang di PT. XYZ Indonesia. Penulis menciptakan konten visual mewah dan berkualitas untuk merek. Dalam peran *influencer*, penulis memahami media sosial, tren, dan interaksi dengan pengikut untuk memperluas jangkauan

konten. Kolaborasi ini memungkinkan integrasi produk PT. XYZ Indonesia dalam cerita penulis secara organik, menciptakan pengaruh positif dan jangkauan merek yang lebih luas. Kesempatan ini memperkaya keterampilan dan memberikan wawasan tentang pemasaran merek di era digital.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dan tujuan dari internship ini adalah sebagai berikut:

- a. Penulis mendapatkan pengalaman kerja di bidang *content planning* yang mana berkorelasi dengan profesi penulis sebagai *influencer* yang juga mahasiswa Desain Komunikasi Visual
- b. Penulis bertujuan untuk mengaplikasikan pengetahuan yang telah diperoleh selama studi di Universitas Multimedia Nusantara (UMN).
- c. Penulis ingin mendapatkan pemahaman mendalam tentang budaya dan proses kerja dalam industri kreatif, melalui pengalaman bekerja di bawah tekanan deadline, serta pentingnya koordinasi dengan sesama anggota tim kreatif maupun pihak eksternal.
- d. Selain itu, tujuan penulis adalah untuk mengembangkan keterampilan dalam membangun hubungan dan komunikasi yang efektif dengan rekan kerja dan pegawai lainnya, dengan tujuan menciptakan lingkungan kerja yang produktif dan menyenangkan.

1.3 Deskripsi Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam konteks pelaksanaan kerja magang, penelitian ini bertujuan untuk memberikan deskripsi yang ilmiah mengenai pengaturan waktu dan prosedur pelaksanaan kerja magang dalam lingkup perusahaan. Pada bagian ini menggambarkan secara rinci struktur waktu yang diterapkan selama periode magang, termasuk penentuan jadwal, alokasi waktu untuk kegiatan pelatihan, supervisi, dan evaluasi.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melaksanakan kerja magang sebagai *content planning* pada Perusahaan PT. XYZ Indonesia selama 800 jam sesuai dengan kontrak perusahaan dan kebutuhan kampus, yaitu enam bulan yang dihitung sejak 17 May 2023 – 17 November 2023. Dalam pelaksanaan magang, penulis memulai pelaksanaan kerja magang lebih awal dari jadwal yang ditentukan oleh kampus, hal ini dikarenakan adanya permintaan dari pihak perusahaan yang pada saat itu tertarik untuk penulis bergabung lebih awal.

PT. XYZ Indonesia menerapkan sistem lima hari kerja (Senin-Jumat), yang mana pada pelaksanaannya dimulai dari pukul 10.00 WIB hingga 18.00 WIB. Dalam pelaksanaan kerja magang dilakukan secara hybrid, yang mana terbagi atas satu hari *Work From Office* (WFO) dan empat hari *Work From Home* (WFH).

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melakukan pencarian perusahaan melalui website Glints dan menemukan PT. XYZ Indonesia sebagai pilihan magang. Setelah mengajukan lamaran, penulis berhasil melanjutkan ke tahap wawancara dengan HR, yang merupakan langkah awal dalam seleksi. Selanjutnya, penulis mengikuti tahap pembekalan magang, namun terdapat isu terkait persyaratan perusahaan retail yang harus beroperasi selama tiga tahun, sementara PT. XYZ Indonesia baru berusia dua tahun. Melalui diskusi dengan Bapak Ardiles, selaku koordinator magang, permasalahan ini akhirnya dapat terselesaikan, hal ini dikarenakan bahwa sebenarnya PT. XYZ telah berdiri selama tiga tahun, namun tahun pertama operasionalnya menggunakan nama “ABC”. Tak lama setelah itu, wawancara dengan supervisor dilakukan, dan meskipun penulis dinyatakan diterima, namun proses formal membutuhkan persetujuan dari Universitas Multimedia

Nusantara (UMN). Setelah mengajukan permohonan ke UMN dan mendapatkan dua persetujuan dari koordinator magang, penulis akhirnya menerima tawaran magang dari PT. XYZ. Pada tanggal 17 Mei, penulis memulai magangnya dan diperkenalkan dengan lingkungan kerja. Penulis menjalani pola kerja *hybrid*, dengan kunjungan ke kantor yang tidak memiliki jadwal tetap, biasanya pada hari Selasa atau Rabu, dan sisanya dapat dikerjakan secara daring, dengan kunjungan ke kantor hanya ketika diperlukan, terutama untuk kegiatan pemotretan.



UMN

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A