

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Globalisasi telah menjadi salah satu fenomena yang paling mencolok dalam perkembangan dunia saat ini. Berdasarkan data yang dirilis oleh Simon Kemp (2022), terdapat perkembangan yang mencolok di Indonesia dalam hal pengguna internet. Pada Februari 2022, jumlah pengguna internet mencapai 204,7 juta, menandai peningkatan yang signifikan jika dibandingkan dengan angka sebelumnya, yaitu 274,9 juta pada tahun 2021. Demikian pula, pengguna media sosial juga mengalami pertumbuhan, dari 170 juta pada tahun 2021 menjadi 191.4 juta pada bulan Februari 2022. Dengan peningkatan yang tercatat ini dalam penggunaan internet dan aktivitas media sosial, terbuka peluang luas untuk pertukaran informasi yang dapat mencakup berbagai target pasar. Indonesia, sebagai salah satu negara yang terlibat dalam arus globalisasi, telah mengalami perubahan signifikan dalam berbagai sektor, termasuk industri kreatif. Menurut Puspitaningrum, globalisasi telah menjadi pemicu persaingan di berbagai sektor ekonomi, termasuk industri kreatif. Kompetisi di dalam industri ini semakin sengit, yang mendorong para pelaku usaha di sektor kreatif untuk mencapai kinerja yang lebih unggul. Selain itu, sektor ini juga menjadi salah satu komponen penting dalam mendukung upaya pemulihan ekonomi Indonesia. Dalam era globalisasi dan perkembangan industri kreatif yang terus bergerak maju, peran perusahaan kreatif seperti HIF Creative semakin penting. HIF Creative telah berhasil membangun reputasi yang kuat sebagai lingkungan yang mendukung ekspresi kreatif, kolaborasi harmonis, dan pertumbuhan profesional yang berkelanjutan. Sebagai perusahaan fokus industri kreatif, HIF Creative telah membuktikan kompetensinya dengan portofolio yang mengesankan, melayani klien-klien terkemuka dengan solusi kreatif yang unik dan efektif.

Dalam mencari tempat magang, penulis mencari kesempatan yang cocok dengan minat dan ambisi pribadi. Pertimbangan seperti kinerja perusahaan menjadi faktor utama dalam pemilihan tempat magang penulis. HIF Creative menjadi pilihan utama karena memiliki rekam jejak yang mengesankan dengan klien-klien ternama. Alternatif-alternatif seperti Visuels, KAIA Project, dan SINII Digital Agency juga menawarkan peluang magang dalam industri kreatif. Saya memilih HIF Creative sebagai tempat magang saya dengan alasan yang kuat. Salah satu faktor utama dalam pemilihan ini adalah reputasi yang sudah dimiliki oleh klien-klien HIF Creative. Banyak dari klien mereka telah dikenal oleh banyak orang, dan saya yakin bahwa bekerja dengan merek-merek terkenal ini akan memberi saya pengalaman berharga dan pelajaran yang tak ternilai. Selain itu, HIF Creative menawarkan kesempatan untuk mengembangkan soft skills saya, terutama dalam hal kerja tim. Saya menyadari bahwa di HIF Creative, saya tidak hanya akan bekerja dengan sesama desainer grafis, tetapi juga akan berkolaborasi dengan content creator, copywriter, fotografer, dan videografer. Ini akan membantu saya belajar bagaimana berkomunikasi dan bekerja secara efektif dalam sebuah tim multidisiplin, keterampilan yang sangat berharga dalam dunia kerja saat ini. Saya sangat antusias untuk mengembangkan diri dan berkontribusi positif di HIF Creative selama masa magang saya.

Penulis sadar bahwa dalam industri kreatif ini keterampilan sumber daya manusia memiliki peran yang sangat penting. Menurut Heryani, Legowo, dan Nugroho (2020) Sumber daya manusia memiliki peran sentral dalam industri kreatif, oleh karena itu, perkembangan industri kreatif Indonesia yang kompetitif bergantung pada kehadiran tenaga kerja yang terampil, berpengetahuan, berlatih, dan penuh kreativitas. Maka dari itu setelah menyelesaikan program magang di HIF Creative, penulis berharap mendapatkan pemahaman mendalam tentang industri kreatif, mengembangkan keterampilan praktis, dan membangun jaringan profesional yang berharga. Penulis telah mempersiapkan diri dengan keterampilan keras dan lunak yang akan mendukung karier mereka di masa depan.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Berdasarkan latar belakang diatas, adapun maksud dan tujuan kerja magang antara lain:

- A. Kerja magang bermaksud sebagai syarat kelulusan kuliah mahasiswa program studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
- B. Kerja magang bertujuan agar mahasiswa dapat belajar mengaplikasikan bidang keilmuan yang telah dipelajari selama bangku kuliah pada dunia kerja nyata sekaligus melatih *soft skills* (misalnya: *time management*, *project management*, *public speaking*, dan kolaborasi kerja) dan *hard skills* (kompetensi desain komunikasi visual) mahasiswa agar menjadi sumber daya manusia yang matang setelah lulus.

1.3 Deskripsi Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Detail waktu dan prosedur pelaksanaan kerja magang adalah sebagai berikut.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang dijadwalkan berlangsung mulai tanggal 1 September 2023 hingga 1 Februari 2024, dengan durasi sejumlah 8 jam kerja setiap hari Senin sampai Jumat, dimulai dari jam 10.00 hingga 18.00 WIB, termasuk waktu istirahat pada jam 12.00 sampai 13.00 WIB. Selain itu, kerja magang juga dilaksanakan secara hybrid, di mana penulis wajib melakukan Work from Office (WFO) selama tiga hari setiap minggunya sesuai dengan jadwal yang disepakati dengan supervisor magang, sementara dua hari sisanya dilaksanakan secara Work from Home (WFH). Pendekatan hibrid ini memungkinkan penulis untuk menggabungkan pengalaman kerja di kantor dengan fleksibilitas dalam bekerja dari rumah, menciptakan kerangka waktu yang seimbang selama periode magang.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis harus menjalani beberapa langkah dalam menjalani proses kerja magang ini. Langkah pertama melibatkan pendaftaran HIF Creative sebagai tempat magang melalui situs merdeka.umn.ac.id, yang memerlukan persetujuan dan verifikasi dari Kepala Program Studi Desain Komunikasi Visual dan Lembaga CDC UMN.

Setelah menerima persetujuan, penulis kemudian melamar untuk posisi Graphic Designer di HIF Creative dengan mengirimkan surat lamaran ke alamat email perusahaan, yaitu hello@hifcreative.com. Dalam waktu satu minggu setelah mengirimkan lamaran, penulis dihubungi oleh Creative Director HIF Creative untuk mengikuti uji teknis sebagai bagian dari evaluasi kompetensi penulis sesuai dengan posisi yang dilamar. Dalam uji teknis ini, penulis diberikan tugas untuk merancang desain feeds yang akan digunakan oleh klien mereka.

Setelah berhasil melewati uji teknis, penulis melanjutkan ke tahap wawancara online yang terdiri dari dua sesi dengan Creative Director dan HR HIF Creative. Setelah menjalani semua tahapan ini, penulis akhirnya dinyatakan diterima sebagai magang di HIF Creative dengan posisi sesuai lamaran. Selain itu, penulis juga melakukan kesepakatan kerja magang dengan HR perusahaan untuk merinci kontrak magang mereka dan menjalani proses onboarding, yang mencakup sesi informasi untuk memahami tata cara kerja perusahaan sebelum memulai kontribusi mereka yang penuh di HIF Creative. Setelah itu penulis mengajukan untuk mendapatkan surat penerimaan magang agar dapat melanjutkan tahap selanjutnya. Surat Penerimaan Magang ini digunakan untuk melakukan complete registration pada situs Merdeka.umn.ac.id serta lampiran pada laporan ini.