

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada era modern ini tidak sedikit perusahaan yang mengandalkan teknologi untuk keperluan pemasaran bisnisnya. Penggunaan media sosial menjadi sarana promosi yang marak digunakan untuk memperkenalkan bisnis kepada masyarakat secara luas. Menurut Ferica dan Davis (dalam Lestariolita, 2022), media sosial menjadi aspek yang penting digunakan pelaku bisnis dalam memperluas komunikasi pemasarannya. Dibalik pengelolaan ini dibutuhkan profesi yang ahli di bidang tersebut. Peran desainer ikut terlibat dalam mewujudkan keinginan perusahaan untuk memberikan solusi kreatif bagi perusahaan di bidang *marketing* yang dapat membantu memperkenalkan audiens tentang daya tarik yang dimiliki dan ingin ditawarkan perusahaan. Hal ini menjadi tugas bagi para desainer terutama dalam menciptakan konten visual menarik agar sesuai dengan pesan dan target yang ingin dicapai perusahaan dalam setiap proyek yang dikerjakan.

Universitas Multimedia Nusantara dalam hal ini membekali mahasiswanya agar siap terjun di bidang profesional. Salah satu program kebijakan yang diselenggarakan kampus adalah adanya program kuliah wajib magang yang diikuti oleh seluruh mahasiswa untuk menjadi lulusan desainer yang berkualitas. Azwar (2019:213) mendefinisikan magang sebagai program pelatihan yang melibatkan praktik kerja untuk mengasah keterampilan seseorang di bawah arahan seorang profesional di bidang pekerjaannya sehingga dengan adanya program ini juga membantu mahasiswa untuk mempersiapkan dirinya sebelum hendak beralih ke dunia kerja. Selama mengambil program kerja magang ini penulis bekerja di bawah perusahaan Beliv.

Beliv merupakan perusahaan jasa yang bergerak di bidang kontraktor dan desain komersial khususnya interior desain seperti toko, kios, restoran, kantor, dan rumah sejak tahun 2018. Perusahaan ini menyediakan kebutuhan jasa *design* dan

*build* dari membuat gambar kerja, 3D *rendering*, hingga renovasi interior bangun untuk klien. Dalam menjalankan kegiatan pemasarannya, Beliv melibatkan penggunaan media sosial sebagai media utama strategi pemasaran *digital* untuk memperkenalkan bisnisnya kepada target marketnya. Taktik pemasaran media sosial yang ditangani divisi *marketing* dinilai penting oleh perusahaan Beliv karena manfaatnya untuk menarik pasar di era gencarnya persaingan bisnis. Penulis percaya bahwa dengan magang di perusahaan ini penulis dapat memperoleh *insight* baru seperti melatih kemampuan *problem solving* ketika menghadapi tantangan sebagai seorang desainer *intern*, mempelajari sistem kerja yang ada di perusahaan Beliv, dan mengantongi ilmu baru seputar interior.

Peluang yang dibuka perusahaan ini memberikan kesempatan bagi penulis untuk terjun dalam mengambil peran sebagai *social media designer* di divisi *marketing*. Penulis tertarik untuk memilih *internship* di perusahaan ini karena ingin mengetahui rasanya bekerja di bawah industri konstruksi interior. Dalam hal ini, penulis ingin mengimplementasikan pengetahuan dan keterampilan ilmu Desain Komunikasi Visual yang dipelajari terhadap keberhasilan proyek yang dikerjakan selama program kerja magang. Penulis harap rangkaian pelaksanaan ini dapat menjadi agenda pembelajaran bagi penulis untuk mempraktikkan ilmu, mencari pengalaman kerja, menambah relasi, mengenal dunia kerja secara lebih dalam, dan meningkatkan keterampilan baik *soft skill* maupun *hard skill*.

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

Tujuan utama dari pelaksanaan kerja magang di perusahaan ini ditujukan untuk memenuhi mata kuliah wajib *internship track 1* yaitu program dari Kampus Merdeka yang dilaksanakan kampus sebagai bagian dari syarat kelulusan. Adapun maksud dan tujuan lainnya diantaranya sebagai berikut.

1. Meningkatkan keterampilan *soft skill* dan *hard skill* yang hanya dapat diperoleh dari pengalaman bekerja
2. Memperluas *social networking* dan membangun relasi dengan rekan kerja di bidang profesional

3. Menambah wawasan dan *insight* baru yang dapat meningkatkan kompetensi dalam bekerja
4. Mengimplementasikan kemampuan bekerja secara langsung
5. Mengetahui *workflow* yang diberikan sebuah perusahaan dari posisi yang diperankan seorang *social media designer*
6. Mempersiapkan diri agar dapat beradaptasi dari transisi perkuliahan menuju dunia kerja
7. Melatih kemampuan kerja terhadap *brief* proyek yang diberikan

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

Dalam melaksanakan program kerja magang ini, penulis perlu memenuhi bobot 20 sks atau setara dengan 640 jam kerja selama kurang lebih 13-16 minggu dalam 1 semester mengikuti ketentuan yang telah ditetapkan oleh Universitas Multimedia Nusantara sebagai syarat kelulusan pelaksanaan kerja magang ini. Paket mata kuliah yang diambil ini meliputi *Professional Ethics, Industry Experience, Industry Validation*, dan *Evaluation & Reporting*.

#### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Dilihat dari alur prosedur kerja magang terdapat anjuran mulai kerja magang pada *week 1* perkuliahan dimulai sehingga penulis memulai periode kerja magang pada bulan Januari 2024 tepatnya pada 29 Januari 2024. Waktu pelaksanaan kerja magang ini kurang lebih berlangsung selama 3 bulan dengan rata-rata 9 jam kerja per harinya.

Berdasarkan ketentuan hari kerja dari pihak perusahaan, hari kerja dilaksanakan pada *weekday* yaitu dari hari Senin hingga Jumat yang dapat dimulai sejak pukul 09.00 – 19.00 WIB. Namun, jam pulang kerja juga dapat berlangsung lebih lama apabila penulis dianjurkan untuk kerja lembur pada hari itu. Kemudian, terkait ketentuan pelaksanaan sistem kerja magang mengalami peralihan dari WFO (*Work From Office*) pada minggu pertama kerja menjadi *hybrid* pada minggu berikutnya dengan syarat tiga kali WFO dalam seminggu. Penulis melakukan WFO pada hari Senin, Selasa, dan Kamis. Diluar hari tersebut dapat dilakukan secara *remote* menjadi WFH

(*Work From Home*). Namun, apabila penulis memiliki kepentingan yang mengharuskan penulis untuk hadir diluar hari tersebut, penulis dipersilahkan untuk mengunjungi kantor pada hari kerja.

### 1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Sebelum memulai rangkaian pelaksanaan magang, penulis melalui beberapa tahapan yang diperlukan sebagai syarat untuk melaksanakan program kerja magang di perusahaan Beliv. Berikut ini gambaran tabel dari prosedur pelaksanaan kerja magang yang penulis lakukan.

Tabel 1.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

Tanggal	Keterangan
14 November 2023	Mengajukan registrasi tempat magang di <i>website</i> Kampus Merdeka
16 November 2023	Menerima <i>Cover Letter</i>
17 November 2023	Mengirim CV dan portofolio bersamaan dengan <i>Cover Letter</i>
20 November 2023	Penandatanganan kontrak kerja
21 November 2023	Melakukan <i>complete registration</i> di <i>website</i> Kampus Merdeka
29 Januari 2024	Hari pertama kerja magang

Pada hari sebelum mengajukan tempat kerja magang, penulis mendapatkan tawaran kerja yang relevan dengan syarat dan ketentuan yang diinformasikan pada hari pembekalan magang. Penulis kemudian mengajukan registrasi tempat magang pada *website* [merdeka.umn.ac.id](http://merdeka.umn.ac.id). Setelah disetujui dan memperoleh *Cover Letter* dari kampus, penulis mulai menyerahkannya kepada perusahaan bersamaan dengan CV dan portofolio yang penulis persiapkan pada tanggal 17 November 2023 yaitu pada hari setelah penulis menerima *Cover Letter*. Pada tanggal 20 November 2023, penulis diajak untuk melakukan pertemuan tatap langsung di kantor perusahaan dengan tim HRD dan COO, mendiskusikan rencana pelaksanaan

magang dan kesepakatan lainnya, serta menandatangani kontrak kerja. Sehari setelahnya penulis kemudian diminta kembali untuk menandatangani kontrak kerja dan berhasil mendapatkan surat penerimaan kerja magang dari pihak perusahaan yang kemudian penulis selesaikan pada *complete registration*. Pada tanggal 29 Januari 2024, penulis memulai hari pertama kerja di kantor perusahaan dan *standby* berdasarkan waktu kerja yang telah disepakati sebelumnya.

