

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penulis memulai proses magang dengan mengirimkan lamaran ke 20 perusahaan, termasuk beberapa agensi dan perusahaan dari berbagai bidang. Setelah melalui tahap seleksi, penulis menerima panggilan wawancara dari beberapa perusahaan, salah satunya PT Haidilao Indonesia Restaurants. Dari berbagai penawaran yang diterima, penulis memutuskan untuk melaksanakan magang di Haidilao karena perusahaan ini merupakan multinasional yang dikenal dengan kemampuan menciptakan identifikasi merek yang kuat. Desainnya diterapkan secara konsisten di berbagai cabang di beberapa negara, sehingga mampu memperkuat citra merek secara global. Faktor ini selaras dengan salah satu pilar Desain Komunikasi Visual, yaitu identifikasi, yang bertujuan membangun hubungan visual antara *brand* dan *audiensnya*. Oleh karena itu, penulis merasa Haidilao menjadi tempat yang ideal untuk belajar dan mengembangkan keterampilan di bidang ini.

Dengan latar belakang pendidikan dan pengalaman di bidang *design* khususnya branding, penulis memahami betapa pentingnya citra merek yang kuat dalam industri makanan dan minuman. Citra merek merupakan gambaran eksternal suatu produk atau layanan yang berfungsi dapat memenuhi kebutuhan psikologis maupun sosial konsumennya. Tanpa citra merek yang kuat dan positif, perusahaan akan menghadapi kesulitan untuk menarik minat pelanggan baru serta mempertahankan pelanggan lama (Ajnya et al., 2023). Melalui posisi ini, penulis memiliki kesempatan untuk berpartisipasi dalam merancang dan membangun visual restoran Haidilao yang dapat memperkuat kehadirannya di pasar global. Keselarasan kemampuan penulis dalam posisi ini memungkinkan penulis bisa mengasah kemampuan dalam industri grafik desain.

Tugas utama penulis adalah mengembangkan identitas *brand* yang konsisten. Dalam peran ini, penulis dihadapkan pada tantangan baru, yaitu menciptakan desain visual yang tidak hanya menarik, tetapi juga selaras dengan citra *brand* Haidilao. Tantangan ini membuka peluang bagi penulis untuk terus mencari cara inovatif dalam menyampaikan nilai-nilai sehingga dapat mengembangkan keterampilan dan wawasan di dunia pemasaran. Keputusan untuk bergabung dengan Haidilao merupakan perpaduan antara minat pribadi penulis terhadap branding dan ambisi profesional untuk memperluas pengaruh sebuah *brand*.

1.2 Tujuan Magang

Tujuan magang sebagai:

1. Syarat untuk menjadi sarjana desain; dan
2. Sarana menambahkan pengalaman mengenai profesi sebagai *designer*. Pengalaman dapat juga berdasarkan pada *softskill* dan *hardskill*.
3. Mempelajari dan menerapkan strategi pengembangan identitas *brand* yang konsisten di lingkungan bisnis restoran.
4. Mengembangkan kemampuan untuk menciptakan desain visual yang menarik dan sesuai dengan budaya serta nilai-nilai tradisional Tiongkok.
5. Meningkatkan keterampilan dalam berkolaborasi dengan tim kreatif untuk merancang kampanye pemasaran di berbagai media.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang

Waktu dan prosedur pelaksanaan magang penulis di Haidilao sebagai *Branding Executive* dimulai dengan pengajuan lamaran hingga lolos seleksi. Proses ini mencakup beberapa tahapan yang melibatkan lamaran, wawancara, pemberian *test* hingga penugasan resmi.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Magang

Periode ini dimulai dengan probation pada 14 Juni 2024 dan berakhir pada 14 September 2024. Setelah itu penulis telah menjadi karyawan tetap

di perusahaan tersebut. Jam kerja yang ditetapkan adalah dari pukul 09.00 hingga 19.00, dengan istirahat satu jam pada siang hari. Penulis bekerja lima hari dalam seminggu, dari Senin hingga Jumat. Selama magang, pelaksanaan kerja berlangsung dalam sistem *work from home* (WFH).

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Magang

Prosedur pelaksanaan magang dimulai dengan pengiriman lamaran melalui situs Jobstreet pada pertengahan Juni. Setelah lamaran diterima, penulis dihubungi oleh tim HR untuk mengikuti wawancara daring. Wawancara ini dilanjutkan dengan tes yang menguji kemampuan penulis dalam desain visual dan pemahaman branding. Setelah lolos seleksi, penulis menerima panggilan resmi pada pertengahan Juni dan diminta untuk mulai bekerja pada hari keesokannya. Prosedur ini diakhiri dengan penugasan pertama penulis, yang melibatkan proyek pengembangan identitas merek PT Haidilao Indonesia Restaurants.

