

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan zaman yang cepat telah menghadirkan banyak perubahan, salah satunya tren dan kebiasaan masyarakat. Hal tersebut tercerminkan pada keberagaman tren makanan yang terjadi di masyarakat. Terus bergantinya minat dan ketertarikan masyarakat ini telah memicu para pengusaha dalam membangun bisnis baru, terutama di dunia F&B (*Food & Beverage*). Untuk menarik perhatian konsumen yang sangat beragam, setiap bisnis berlomba-lomba untuk mendapatkan minat dari konsumen melalui berbagai pendekatan.

Dalam merancang sebuah media informasi dan promosi yang menarik, terdapat peran penting dari *graphic design*. Dabner, Stewart & Vickress (2020, hal. 24) menjelaskan keterkaitan hal tersebut dikarenakan *graphic design* yang baik harus bisa memberikan impresi yang kuat kepada pembaca dengan menggabungkan ide yang mendalam serta penelitian dan melekat dengan kondisi dunia secara global. Hal ini bertujuan agar terbangun koneksi yang kuat antara informasi yang ingin disampaikan dengan pembaca. Peran *graphic designer* sebagai pelaku *graphic design* lah yang bertanggung jawab penuh untuk merealisasikan hal tersebut. Untuk mencapai hal tersebut, terdapat tiga pilar DKV yang dapat digunakan yaitu identifikasi, informasi dan promosi/persuasi. Pada pilar identifikasi, seorang desainer bertanggung jawab dalam memahami tren, ketertarikan masyarakat dan elemen yang sudah digunakan oleh perusahaan. Pada pilar informasi, desainer bertanggung jawab untuk menyampaikan informasi dalam hasil rancangannya. Dan pada pilar promosi/persuasi, desainer bertanggung jawab dalam merancang visual yang menarik dan tepat untuk masyarakat yang ditargetkan.

Malam Minggu Group adalah sebuah perusahaan *startup* yang berfokus mengembangkan *brand-brand* F&B (*Food & Beverage*) seperti *Nasi Kulit Malam*

*Minggu, Nasimura, Mimura, Steak17*. Malam Minggu Group juga membuka peluang bagi para pebisnis lainnya untuk menjalin kemitraan dengan brand milik Malam Minggu Group. Sampai pada saat ini, Malam Minggu Group juga telah mengembangkan cabang bisnisnya di luar F&B seperti *Townpedia* sebagai bisnis properti dan *Luxio* sebagai *digital agency*. Penulis memilih Malam Minggu Group sebagai tempat untuk menjalani program magang karena Malam Minggu Group menawarkan pengalaman untuk terjun langsung dalam merancang visual F&B yang informatif dan persuasif. Selain itu, Malam Minggu Group juga sudah berpengalaman bergerak di bidang F&B dan memiliki banyak pencapaian.

## **1.2 Tujuan Magang**

1. Penulis berkewajiban untuk menjalani magang sebagai syarat kelulusan program studi Desain Komunikasi Visual di Universitas Multimedia Nusantara.
2. Penulis ingin mengamati dan belajar peran desainer grafis dalam merancang tampilan promosi dalam dunia kerja F&B (*food & beverage*).
3. Penulis ingin memperluas keahlian dan relasi dalam dunia kerja terutama industri kreatif melalui dunia kerja F&B.

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

Dalam memenuhi persyaratan program kerja magang di Universitas Multimedia Nusantara, penulis mempersiapkan CV (*Curriculum Vitae*) dan Portofolio desain yang nantinya akan diteruskan ke Malam Minggu Group terlebih dahulu. Setelah mendapatkan persetujuan dan *cover letter* yang dikeluarkan kampus di Merdeka Universitas Multimedia Nusantara, penulis mengirimkan *form* lamaran ke website perusahaan pada tanggal 19 Juni 2024. Setelah mendapatkan tawaran wawancara melalui *WhatsApp* pada tanggal 4 Juli 2024, penulis melakukan sesi wawancara pertama kali dengan HRD perusahaan secara daring melalui *Google Meet* pada tanggal 5 Juli 2024. Setelah melalui sesi wawancara secara daring, penulis diundang untuk wawancara secara luring ke perusahaan pada tanggal 9 Juli 2024. Setelah menyelesaikan sesi wawancara secara luring pada jam

10.00, penulis dinyatakan diterima sebagai *graphic designer intern* di Malam Minggu Group pada jam 17.00. Pada tanggal 11 Juli 2024, penulis memulai program kerja magang dan mendapatkan surat magang di Malam Minggu Group.

### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Magang**

Dalam memenuhi persyaratan program kerja magang di Universitas Multimedia Nusantara, penulis menjalani kontrak kerja magang dengan Malam Minggu Group selama 6 bulan terhitung mulai dari tanggal 11 Juli 2024 sampai dengan 11 Januari 2025. Jam kerja yang disepakati penulis dan perusahaan adalah delapan jam sehari yang dimulai dari jam 09.00 hingga 18.00 dengan jam istirahat di jam 12.00 hingga 13.00. Penulis juga menjalani magang secara WFO (*Work from Office*) di hari Senin sampai Jumat dan diberikan kesempatan untuk menjalani pekerjaan secara WFH (*Work from Home*) apabila ada keperluan kampus.

### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Magang**

Berikut adalah tabel prosedur pelaksanaan magang yang dilaksanakan penulis sejak pengajuan tempat kerja hingga hari pertama pelaksanaan magang.



Tabel 1.1 Tabel Prosedur Pelaksanaan Magang

| No. | Prosedur Kerja Magang                     | Tanggal      | Keterangan  |
|-----|---|--------------|---|
| 1.  | Pengajuan tempat kerja magang ke Merdeka  | 7 Juni 2023  | Penulis mengajukan tempat kerja magang ke website Merdeka UMN.  |
| 2.  | Melamar ke tempat magang                  | 19 Juni 2023 | Penulis menerima persetujuan dari Merdeka UMN dan mengirim lamaran ke website pengajuan kerja perusahaan.                               |
| 3.  | Menerima panggilan wawancara magang       | 4 Juli 2023  | Penulis mendapatkan panggilan wawancara melalui <i>WhatsApp</i> oleh HRD Perusahaan.  |
| 4.  | Wawancara daring                          | 5 Juli 2023  | Penulis melakukan wawancara secara daring melalui <i>Google Meet</i> dengan HRD Malam Minggu Group.                                     |
| 5.  | Wawancara luring                          | 9 Juli 2023  | Penulis melakukan wawancara langsung ke kantor Malam Minggu Group dengan HRD pada jam 10.00 WIB.  |
| 6.  | Penerimaan magang                         | 9 Juli 2023  | Penulis mendapatkan pesan pernyataan penerimaan magang pada jam 17.00 WIB.  |
| 7.  | Tanda tangan kontrak & hari pertama kerja | 11 Juli 2023 | Penulis menandatangani kontrak fisik perjanjian magang dan diperkenalkan pada lingkungan kerja di lokasi perusahaan Malam Minggu Group. |

Sebagaimana disebutkan dalam tabel 1.1, penulis menjalankan program magang di Malam Minggu Group selama enam bulan dengan total 640 jam kerja yang sudah ditentukan oleh Universitas Multimedia Nusantara. Dalam menjalani program magang selama enam bulan, penulis bertanggung jawab untuk merancang *brand identity* yang nantinya akan digunakan untuk kepentingan promosi dan informasi brand Joodi dari Malam Minggu Group.

Dalam program magang ini, penulis juga bertanggung jawab untuk merancang visual yang dapat digunakan pada media digital dan cetak.



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA