

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital saat ini, pemasaran melalui media sosial telah menjadi komponen kunci dalam strategi promosi perusahaan. Platform media sosial tidak hanya menawarkan saluran yang efektif untuk menjangkau audiens yang luas tetapi juga memungkinkan interaksi langsung dengan konsumen. Dengan kemajuan teknologi dan akses yang semakin luas ke internet, perusahaan harus memanfaatkan media sosial untuk membangun identitas brand, mempromosikan produk, dan berkomunikasi secara efektif dengan target pasar mereka. Desain grafis memainkan peran penting dalam hal ini, karena visual yang menarik dan konsisten dapat meningkatkan daya tarik dan menguatkan pesan yang ingin disampaikan.

Penulis memilih untuk melaksanakan magang di Moes, anak perusahaan dari Trapo Indonesia, karena perusahaan ini menawarkan kesempatan untuk terlibat dalam pengembangan media promosi dan identitas brand dalam konteks industri *smart home*. Moes berusaha untuk memanfaatkan potensi media sosial dan platform digital lainnya untuk memperkenalkan produk-produk inovatif mereka ke pasar yang lebih luas. Dalam menghadapi tantangan ini, peran desainer grafis sangat penting untuk menciptakan konten visual yang tidak hanya menarik perhatian tetapi juga mendukung strategi branding perusahaan.

Trapo adalah perusahaan yang dikenal sebagai pemimpin dalam industri otomotif, khususnya dalam produksi dan distribusi karpet berkualitas tinggi. Didirikan dengan misi untuk menghadirkan solusi inovatif dalam perlindungan interior kendaraan, Trapo telah memperoleh reputasi yang solid berkat komitmennya terhadap kualitas dan desain. Dengan produk yang dirancang untuk memberikan kenyamanan dan perlindungan optimal bagi pengguna, Trapo menawarkan berbagai jenis karpet otomotif yang tidak hanya estetis tetapi juga fungsional.

Produk-produk Trapo dibuat dari bahan-bahan berkualitas tinggi yang tahan lama dan mudah dirawat, menjadikannya pilihan favorit bagi pemilik kendaraan yang mengutamakan kebersihan dan kenyamanan. Inovasi dalam desain dan teknologi produksi adalah inti dari setiap produk Trapo, memastikan bahwa setiap karpet tidak hanya memenuhi tetapi melampaui standar industri. Keunggulan dalam kualitas ini telah memperkuat posisi Trapo sebagai merek terkemuka dalam pasar otomotif. Trapo memperluas jangkauannya melalui peluncuran anak perusahaan, Moes. Moes difokuskan pada solusi *smart home*, dan menjadi bagian dari strategi Trapo untuk memasuki sektor teknologi rumah pintar. Dengan memanfaatkan keahlian dan reputasi Trapo dalam produk berkualitas, Moes berusaha untuk menawarkan produk smart home yang inovatif dan terintegrasi, memberikan solusi teknologi yang mempermudah kehidupan sehari-hari bagi konsumen.

Moes menerapkan strategi pemasaran yang berfokus pada edukasi konsumen mengenai manfaat smart home. Melalui kampanye digital, demonstrasi produk, dan partisipasi dalam pameran teknologi, Moes berusaha menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan kesadaran tentang produk mereka. Selain itu, Moes juga memanfaatkan testimoni pelanggan dan influencer untuk membangun kepercayaan dan kredibilitas di pasar.

Dalam magang ini, penulis diberikan tanggung jawab untuk membuat konten visual yang mendukung promosi produk melalui berbagai platform digital, termasuk web, media sosial, dan *e-commerce*. Selain itu, penulis juga terlibat dalam pembuatan *manual book*, yang esensial untuk memberikan panduan penggunaan yang jelas bagi konsumen. Melalui peran ini, penulis dapat memperoleh pengalaman praktis dalam strategi pemasaran digital, desain grafis, dan penulisan teknis, serta memahami bagaimana keterampilan tersebut dapat diterapkan dalam konteks nyata.

1.2 Tujuan Magang

Pelaksanaan MBKM Internship Track 1 merupakan bagian dari persyaratan untuk kelulusan dan mendapatkan gelar Sarjana Desain (S.Ds.). Penulis memilih untuk magang di Trapo Indonesia, karena dalam kesempatan magang di Trapo Indonesia, penulis dapat terlibat langsung dalam pembuatan materi promosi yang

mendukung identitas *brand* dan strategi pemasaran yang efektif. Dalam pengalaman ini diharapkan dapat memperkuat fondasi karir penulis di bidang desain grafis dan pemasaran digital:

1. Pembelajaran dari Lingkungan Profesional.
2. Mempersiapkan diri untuk mengembangkan diri di lingkungan industri melalui program kerja magang.
3. Keterlibatan dalam pengembangan identitas.
4. Menerapkan pengetahuan yang didapat selama studi akademik ke dalam konteks kerja profesional.
5. Memahami proses kerja di industri secara profesional.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang

Pelaksanaan kerja magang di Trapo Indonesia, Penulis mulai magang pada hari Selasa, 28 Juli 2024 hingga Jumat, 29 November 2024. Universitas Multimedia Nusantara menetapkan waktu pelaksanaan praktik kerja magang selama 640 jam digunakan sebagai jam kerja magang dan 207 jam digunakan sebagai bimbingan penyusunan laporan magang. Selama menjalani magang, penulis akan mendapatkan pendampingan oleh supervisi bagian desain Trapo Indonesia, kak Nabilla Ukazha Arfina. Supervisor bertanggung jawab untuk memantau dan mengevaluasi kinerja penulis selama periode magang, yang sepenuhnya dilaksanakan di kantor (WFO) yang beralamat di Intercon Plaza, Jl Meruya Blok 1-2, Srengseng, Kec. Kembangan, Kota Jakarta Barat.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Magang

Pelaksanaan magang di Trapo Indonesia dimulai pada hari Selasa, 28 Juli 2024, dan berakhir pada Jumat, 29 November 2024. Program magang ini memiliki durasi total 640 jam kerja yang difokuskan pada tugas-tugas praktis di bidang desain, serta 207 jam tambahan yang dialokasikan untuk bimbingan penyusunan laporan magang. Selama periode magang, penulis akan mendapatkan pendampingan langsung dari supervisor, yaitu Nabilla Ukazha Arfina, yang bertanggung jawab atas bagian desain di Trapo Indonesia. Supervisor ini akan memantau dan mengevaluasi kinerja penulis

sepanjang proses magang untuk memastikan kualitas hasil kerja dan pencapaian tujuan magang.

Seluruh kegiatan magang akan dilaksanakan secara **Work From Office (WFO)**, yang berlokasi di kantor Trapo Indonesia di Intercon Plaza, Jl Meruya Blok 1-2, Srengseng, Kec. Kembangan, Kota Jakarta Barat. Lokasi ini akan menjadi tempat penulis menjalani kegiatan desain serta berinteraksi langsung dengan tim desain dan berbagai divisi lainnya.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Magang

Berikut adalah tahapan prosedural yang telah dijalani oleh penulis, mulai dari pengajuan permohonan magang, pengiriman portfolio dan lamaran kemudian penerimaan panggilan, pelaksanaan wawancara, dan tes desain, hingga dimulainya pekerjaan.

1. Kegiatan magang diawali dengan tahap pra KRS, di mana penulis memilih program Internship Track 1.
2. Penulis mengikuti pembekalan magang DKV Semester ganjil 2024/2025 untuk mendapatkan informasi mengenai program MBKM magang. Proses pembekalan dimulai dengan pengisian Google Form pada 17 April 2024 sebagai data kehadiran. Acara pembekalan berlangsung pada Jumat, 26 Mei 2024, pukul 08.30 - 12.00 di Function Hall Gedung A, dipandu oleh Pak Ardiles Akyuwen, S. Sn., M. Sn. Sebagai koordinator magang.
3. Mengikuti arahan yang diberikan selama sosialisasi, penulis mencari lowongan magang di wilayah Tangerang - Jakarta menggunakan platform LinkedIn dan aplikasi Glints.
4. Pada 20 Juli 2024, penulis melamar posisi sebagai *Graphic Design Intern* di Trapo Indonesia melalui Glints, penulis mengajukan aplikasi melalui situs website Merdeka dengan melampirkan informasi lengkap mengenai perusahaan, seperti alamat lengkap, kota, kode pos, situs web, nomor telepon, department, posisi, serta deskripsi pekerjaan.

5. Mengunduh cover letter yang tersedia (MBKM 01) di website merdeka umn.ac.id.
6. Pada Jumat, 19 Juli 2024, Penulis dihubungi oleh HRD Trapo Indonesia dan diundang untuk menghadiri interview pada Senin, 22 Juli 2024 di Trapo Indonesia Intercon Plaza, Jl. Meruya Utara Blok E1&2, RT.1/RW.9, Srengseng, Kembangan, Jakarta Barat.
7. Penulis diharap menyiapkan dokumen berupa CV (hardfile) dan Portfolio (digital).
8. Pada Senin, 29 Juli 2024 pukul 17.00 WIB, penulis dihubungi melalui telepon Whatsapp oleh HRD Trapo Indonesia. Diinformasikan bahwa periode magang akan berakhir pada 29 November (4 bulan).
9. Penulis mengirim *email* yang berisi *cover letter* (Surat Pengantar Magang MBKM 01) yang diperoleh dari situs Merdeka, dan menyelesaikan pendaftaran di web Kampus Merdeka setelah menerima *Letter of Acceptance (LOA)* dari Trapo Indonesia.
10. Setelah melengkapi seluruh dokumen yang diperlukan, penulis memulai magang di kantor pada 30 Juli 2024, di kantor Trapo Indonesia yang terletak di Intercon Plaza, Jl. Meruya Utara Blok E1&2, RT.1/RW.9, Srengseng, Kembangan, Jakarta Barat. Pada hari pertama, penulis menerima briefing dari Supervisi desain grafis dan HR mengenai *company profile* dan *product knowledge* di Trapo Indonesia.

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