

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada masa perkuliahan tingkat akhir, mahasiswa diwajibkan untuk melaksanakan praktik kerja lapangan atau yang dikenal dengan magang. Magang merupakan salah satu syarat dari universitas dengan tujuan membantu mahasiswa agar siap sebelum terjun di dunia kerja. Magang juga merupakan salah satu program kerja dari pemerintah melalui Menteri Pendidikan yaitu Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), dengan tujuan untuk memberikan pengalaman kerja bagi mahasiswa sebekum memasuki dunia kerja nyata, dan juga dapat meningkatkan keterampilan mahasiswa sesuai bidangnya. Dengan melakukan magang, mahasiswa dapat menerapkan semua ilmu yang telah didapat saat berkuliah dan mempraktekannya saat di dunia kerja.

Sebagai seorang mahasiswa di Universitas Multimedia Nusantara, penulis diwajibkan untuk mengikuti MBKM Magang Track 1 sebagai salah satu syarat untuk kelulusan. Penulis memilih menjadi *Design Intern* sesuai dengan program studi penulis saat berkuliah yaitu Desain Komunikasi Visual. Selain itu, penulis memilih magang di industri otomotif karena penulis memiliki ketertarikan dalam bidang marketing di industri otomotif. Dengan pemilihan ini, diharapkan penulis mendapat wawasan lebih banyak tentang desain dalam menyusun strategi pemasaran di industry otomotif, baik pada bidang desain maupun

Saat ini, pemanfaatan teknologi menjadi hal yang sangat penting dalam berbagai bidang, salah satunya adalah untuk menciptakan strategi pemasaran sebuah produk (Haryanto et al., 2024). Suatu perusahaan melakukan pemasaran dengan strategi *digital*, agar dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas dengan cara yang lebih efisien. Oleh sebab itu, strategi *digital* membuat merek lebih mudah untuk mengenalkan produk kepada masyarakat luas, dapat meningkatkan penjualan, serta memperkuat merek di pasaran. Menaikkan *brand awareness* dan

memperluas ketahuan masyarakat terhadap produk merupakan tujuan utama dari strategi pemasaran *digital*. Penulis mengetahui sebagai seorang desainer penting untuk menghasilkan sebuah karya visual yang menarik, inovatif, dan konsisten agar produk yang dipasarkan dapat diingat oleh masyarakat dan dapat disebarluaskan secara luas.

PT Astra Otoparts Tbk merupakan perusahaan yang bergerak di bidang otomotif dengan fokus menghadirkan berbagai macam produk keperluan untuk kendaraan roda dua maupun roda empat. Penulis memilih untuk melaksanakan magang di perusahaan ini karena memiliki minat yang tinggi untuk berkecimpung di industri otomotif. Selama magang, penulis ditempatkan pada departemen *Digital & Customer Experience (DCX)* sebagai desain grafis di bagian marketing. Dengan bergabung di Astra Otoparts, penulis berharap dapat memahami lebih dalam mengenai dinamika kerja di industri otomotif khususnya di bagian marketing, serta memperoleh pengalaman baru untuk menunjang karier masa depan penulis di dunia kerja nantinya.

## **1.2 Tujuan Magang**

Magang yang dilakukan oleh penulis di PT Astra Otoparts Tbk bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan program studi S1 Desain Komunikasi Visual di Universitas Multimedia Nusantara. Selain itu penulis memiliki tujuan lainnya, yaitu sebagai berikut:

1. Mencari pengalaman yang luas mengenai profesi sebagai desain grafis, baik *softskill* maupun *hardskill*.
2. Menerapkan pengetahuan akademis yang telah dipelajari selama berkuliah.
3. Memperluas jaringan relasi di dunia kerja.
4. Memahami budaya kerja, struktur, dan alur kerja perusahaan besar.

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

Program MBKM Magang *Track 1* mewajibkan penulis untuk mengambil 20 SKS, dan jika dikonversi maka penulis minimal bekerja sebanyak 640 jam bekerja di perusahaan dan 207 jam untuk penyusunan laporan serta bimbingan

kepada dosen. Berikut merupakan rincian waktu pelaksanaan magang dan prosedur pelaksanaan magang penulis selama melakukan magang di perusahaan PT Astra Otoparts:

### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Magang**

Penulis melaksanakan magang di PT Astra Otoparts Tbk, yang berlokasi di *Head Office* Jl. Pegangsaan Dua No. Km 2,2, RW.2, Pegangsaan Dua, Kecamatan Kelapa Gading, Jakarta Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14250, Indonesia. Periode magang berlangsung selama 6 bulan, dimulai pada tanggal 03 Februari 2025 hingga 31 Juli 2025. Jam kerja di PT Astra Otoparts Tbk adalah dari Senin hingga Jumat, pukul 08.00 hingga 17.00, dengan sistem sepenuhnya *Work from Office* (WFO) di Astra Otoparts *Head Office*.

### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Magang**

Pada tanggal 18 November 2024, penulis mengikuti *briefing* magang yang diselenggarakan oleh program studi Desain Komunikasi Visual yang dilaksanakan di *Lecture Theater* Universitas Multimedia Nusantara (UMN). Selanjutnya, penulis melakukan pencarian lowongan *Graphic Design Intern* melalui acara *Career Day* UMN 2024 yang diadakan pada tanggal 21 November 2024, serta melalui berbagai portal pencarian kerja seperti LinkedIn, Jobstreet, serta *website career* yang dimiliki beberapa perusahaan. Sembari mencari, penulis mengumpulkan informasi-informasi seperti profil maupun data perusahaan di [Merdeka.umn.ac.id](http://Merdeka.umn.ac.id), setelahnya penulis menunggu persetujuan dari pihak kampus sebelum melanjutkan proses melamar ke perusahaan yang disetujui. Setelah mendapat persetujuan, penulis mengisi formulir lamaran perusahaan dengan melampirkan CV, portofolio, serta *cover letter* yang disediakan oleh kampus.

Penulis kemudian menerima beberapa tanggapan dari perusahaan melalui email. Pada Selasa, 24 Desember 2024, penulis menerima email dan pesan melalui Whatsapp dari *admin Career* Astra Internasional untuk

melakukan pengkinian data profil agar dapat melanjutkan ke proses selanjutnya. Selanjutnya pada Kamis, 26 Desember 2024, penulis mendapat email bahwa penulis telah berhasil melalui tahapan seleksi administratif PT Astra Otoparts Tbk, oleh karena itu penulis dapat melanjutkan ke tahap *online test*. Penulis melakukan *online test* pada Jumat, 27 Desember 2024, dan mengerjakannya selama 90 menit dengan waktu mulai pengerjaan yang dibebaskan. Selanjutnya pada Selasa, 07 Januari 2025, penulis mendapat email dari *Human Capital Services* PT Astra Otoparts Tbk mengenai pengumuman hasil *online test* dan dinyatakan lulus. Penulis mendapatkan pesan bahwa penulis melanjutkan ke tahap selanjutnya yaitu *Interview Human Capital Services* yang dilaksanakan pada Rabu, 08 Januari 2025 pukul 14.00 WIB, namun dikarenakan pada waktu tersebut penulis sedang persiapan menuju sidang Tugas Akhir, maka penulis meminta pergantian jadwal dan *Interview* dilakukan pada Kamis, 09 Januari 2025 pukul 09.00 WIB.

Pada Selasa, 14 Januari 2025, penulis mendapat pesan bahwa penulis melanjutkan ke tahap selanjutnya yaitu *User Interview* yang dilaksanakan pada Rabu, 15 Januari 2025 pukul 08.30 WIB melalui Microsoft Teams dengan user ibu Ika Putri (*Digital & Customer Experience Department Head*) yang berdurasi 30 menit. Pada Sabtu, 18 Januari 2025, penulis dinyatakan lolos proses rekrutmen dan menentukan mulai magang di PT Astra Otoparts Tbk pada 03 Februari 2025. Pada Senin, 20 Januari 2025, penulis melakukan pengisian data dan proses administratif lainnya secara *online* melalui *email*. Selanjutnya pada Senin, 03 Februari 2025, penulis datang menjalani hari pertama magang dengan agenda acara perkenalan PT Astra Otoparts Tbk dan perkenalan ke departemen penulis. Dan setelah itu HR memberikan *Letter of Acceptance* (LOA) yang diunggah oleh penulis ke Merdeka.umn.ac.id. Selama melaksanakan magang, penulis mengisi *daily task* selama melaksanakan magang.