

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam industri *food and beverage*, konten visual memegang peran krusial dalam menarik perhatian konsumen. Penggunaan foto dan video berkualitas, baik untuk media promosi *offline* maupun unggahan di media sosial, dapat meningkatkan daya tarik *brand* serta mendorong minat pembelian. Media promosi *offline* memungkinkan *brand* untuk menjangkau pelanggan yang datang langsung ke lokasi, sementara media sosial memberikan kesempatan lebih luas untuk memperkenalkan *brand* kepada audiens yang beragam. Saat ini, strategi pemasaran digital mencakup berbagai aspek yang bertujuan untuk menarik perhatian target audiens dengan tetap mempertahankan identitas *visual brand*. Salah satu keunggulan utama media sosial adalah kemampuannya dalam membangun interaksi langsung dengan audiens, memungkinkan *brand* memahami preferensi serta kebutuhan konsumen dengan lebih baik (Karinadiva, 2024).

Dengan pentingnya peran visual dalam strategi pemasaran tersebut, kebutuhan akan desain grafis yang konsisten dan berkualitas menjadi hal yang esensial bagi perusahaan seperti .TEMU. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang *food and beverage* dengan fokus pada kopi dan makanan, .TEMU membutuhkan materi visual yang tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga mampu menyampaikan identitas dan pesan *brand* secara efektif kepada konsumen. Desain menjadi jembatan antara produk dan persepsi konsumen, baik dalam bentuk visual di media sosial, materi promosi cetak, signage di gerai, hingga konten untuk kampanye khusus.

Sebagai bagian dari program magang yang direkomendasikan oleh Universitas Multimedia Nusantara, penulis menjalani praktik kerja di PT Titik Temu Indonesia, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang *food and beverage* dengan fokus pada kopi dan makanan. Magang, sebagaimana dijelaskan oleh Azwar (2019, h. 213), merupakan program pelatihan atau praktik untuk mengasah

keterampilan tertentu di bawah bimbingan profesional yang berpengalaman. Melalui program ini, penulis memperoleh pengalaman dalam mengembangkan keterampilan desain grafis, baik dalam aspek *soft skill* maupun *hard skill*.

Program magang ini merupakan bagian dari kurikulum wajib bagi mahasiswa Desain Komunikasi Visual angkatan 2021 dan akan diselesaikan dengan sidang magang. Dalam proses rekrutmen, penulis mengikuti seleksi yang meliputi pengiriman CV dan portofolio serta wawancara sebelum akhirnya diterima sebagai intern graphic designer. Peran ini mencakup pembuatan materi desain untuk seluruh brand di bawah naungan Titik Temu Indonesia, yaitu .TEMU Cafe, .TEMU Coffee, .TEMU Roastery, dan .TEMU Brew Bar. Selama enam bulan magang, penulis bertanggung jawab dalam merancang berbagai materi visual untuk media sosial serta media promosi *offline*, sesuai dengan strategi pemasaran *brand*. Program ini berlangsung selama total 640 jam kerja, dengan kesepakatan yang telah disetujui melalui penandatanganan kontrak kerja antara penulis dan perusahaan.

1.2 Tujuan Magang

Program magang menjadi salah satu pilihan yang dipertimbangkan dengan baik oleh penulis sebagai sarana untuk memperdalam wawasan di bidang yang diminati. Sebelum mengajukan lamaran, penulis terlebih dahulu merumuskan tujuan yang ingin dicapai, baik dalam pengembangan akademik maupun sebagai langkah persiapan untuk karier di masa mendatang. Tujuan magang sebagai berikut:

1. Memperluas Pengalaman dalam Desain untuk Media Sosial dan *Offline*;
2. Beradaptasi dengan Lingkungan Kerja Profesional;
3. Menjalin Relasi Profesional dan Membangun Portofolio; dan
4. Memenuhi Persyaratan Akademik Universitas Multimedia Nusantara.
5. Menerapkan ilmu dan keterampilan dari perkuliahan ke dalam praktik kerja.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang

Penulis mengikuti program Magang Merdeka, sebuah program magang yang diselenggarakan oleh Universitas Multimedia Nusantara melalui *Internship Track 01*, dengan total durasi 640 jam kerja, setara dengan 20 SKS. Program ini memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk memperoleh pengalaman kerja

langsung di industri yang sesuai dengan bidang studi mereka. Selama masa magang, penulis menjalani praktik kerja di PT Titik Temu Indonesia, perusahaan yang bergerak di sektor *food and beverage*, khususnya kopi. Perusahaan ini berlokasi di The Flavor Bliss Alam Sutera, Broadway Unit D1-1, Jl. Alam Sutera Boulevard No. Kav 6, Kec. Serpong, Banten 15325.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Magang

Penulis memulai program magang pada 22 Januari 2025 dan dijadwalkan selesai pada 20 Mei 2025, dengan total durasi lima bulan dan total 737 jam kerja. Selama masa magang, penulis memiliki jam kerja delapan jam per hari dengan tambahan satu jam istirahat, namun tidak menentu sesuai dengan jumlah pekerjaan yang ada di hari tertentu.

Program magang ini menerapkan sistem *hybrid*, di mana *work from office* (WFO) dilakukan dua hari dalam seminggu, yaitu pada hari Rabu dan satu hari fleksibel lainnya, sementara *work from home* (WFH) berlaku pada hari-hari lainnya. Selain itu, terdapat kegiatan produksi konten dan sesi *photoshoot* yang terkadang mengharuskan penulis untuk bekerja di *outlet* tertentu sesuai kebutuhan.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Magang

Proses magang diawali dengan *briefing* magang pada Senin, 18 November 2024, yang diselenggarakan oleh Universitas Multimedia Nusantara (UMN). *Briefing* ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mengenai prosedur magang, persyaratan administrasi, serta tips dalam mencari dan melamar posisi magang yang sesuai dengan bidang studi desain komunikasi visual. Setelah mengikuti *briefing*, penulis mulai mencari peluang magang di berbagai perusahaan yang bergerak di industri kreatif maupun perusahaan dengan divisi kreatif. Pencarian dilakukan sesuai dengan *timeline* yang telah ditentukan, dan penulis mendaftarkan detail perusahaan yang dituju ke *website* merdeka.umn.ac.id untuk mendapatkan persetujuan dari pihak universitas. Beberapa perusahaan yang dilamar antara lain BLP Beauty, Titik Temu, Tiket.com, Studio S, Sinarmas Land, Esqa, Manual Jakarta, serta beberapa

lainnya. Penulis mengirimkan CV dan portofolio desain melalui email yang tertera dalam pengumuman lowongan kerja.

Setelah mengajukan lamaran, beberapa perusahaan menghubungi penulis melalui email atau WhatsApp untuk menjalani tahapan seleksi. Namun, meskipun telah mengikuti beberapa proses seleksi, penulis belum berhasil mendapatkan posisi magang. Hingga akhirnya, pada 11 Januari 2025, penulis menerima email dari .TEMU yang menjadwalkan *interview* pada 15 Januari 2025 di .TEMU Brew Bar Alam Sutera. Sambil menunggu hasil seleksi, penulis juga mengikuti proses administrasi kampus dengan melakukan KRS *Internship Track 01* pada Senin, 20 Januari 2025, sebagai persyaratan untuk mendapatkan persetujuan magang dari pihak universitas. Pada 21 Januari 2025, penulis menerima *acceptance letter* dari HR PT Titik Temu Indonesia, yang digunakan untuk menyelesaikan registrasi magang di *website* merdeka.umn.ac.id sekaligus menandatangani kontrak kerja pada hari yang sama.

Pada Rabu, 22 Januari 2025, penulis resmi memulai hari pertama magang di PT Titik Temu Indonesia. Kegiatan diawali dengan sesi *onboarding*, di mana penulis diperkenalkan kepada tim marketing PT Titik Temu Indonesia serta mendapatkan pemahaman mengenai tugas dan alur kerja di perusahaan. Selain itu, penulis mulai mengisi *daily task supervisor* di *website* merdeka.umn.ac.id sebagai bagian dari laporan kegiatan harian.