BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebagai bagian dari persyaratan kelulusan di program studi desain komunikasi visual Universitas Multimedia Nusantara, setiap mahasiswa diwajibkan untuk mengikuti program magang guna memperoleh pengalaman nyata di dunia kerja. Melalui mata kuliah *Internship*, mahasiswa didorong untuk menjalani kerja praktik pada semester akhir agar dapat mengaplikasikan teori serta keterampilan yang telah dipelajari selama perkuliahan. Program ini tidak hanya menjadi syarat akademik, tetapi juga memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk merasakan langsung dinamika dunia profesional, mengasah kemampuan, dan memperluas wawasan di bidang yang relevan dengan Program Studi Desain Komunikasi Visual. Dalam kesempatan ini, penulis menjalani program magang sebagai tim *Marketing* di sebuah perusahaan yang bergerak di bidang industri pariwisata, yaitu Swissôtel Jakarta PIK Avenue, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang perhotelan di bawah naungan PT. Citra Kirana Pantai dan Accor S.A. yang telah dikenal luas di Indonesia maupun secara global dalam dunia perhotelan.

Sebagai hotel mewah berbintang lima dan memiliki 4 *outlet* restoran dan bar yakni *The Chinese National*, *Summers At The Pool Grill and Steak*, *Brownmilk Deli*, dan *Letterpress Bar*; desain visual memainkan peran krusial dalam membangun citra merek, menarik pelanggan, serta meningkatkan *engagement* dengan tamu. Menurut Kotler & Keller (2016, h.7-22), pemasaran media cetak dan media digital yang efektif memungkinkan perusahaan untuk menciptakan hubungan yang lebih baik dengan konsumen melalui tampilan dan konten yang relevan dan menarik. Swissôtel Jakarta PIK Avenue beserta dengan 4 outletnya masing-masing memanfaatkan berbagai media cetak serta platform

media sosial seperti Instagram, Facebook, dan TikTok untuk meningkatkan perhatian (*attention*), membangun minat (*interest*), menciptakan keinginan (*desire*), dan mendorong tindakan (*action*) tamu dan calon pelanggan untuk melakukan reservasi atau menggunakan layanan hotel melalui visual yang menarik dan strategi komunikasi yang sesuai (Lewis, 1898). Desain yang *engaging* dalam media cetak maupun media sosial sangat penting untuk meningkatkan daya tarik visual serta memperkuat pesan yang ingin disampaikan (Ware, 2012). Atas dasar tersebut, desain media cetak serta konten media sosial Swissôtel Jakarta PIK Avenue tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga haruslah menarik sebagai sarana untuk memperkenalkan berbagai layanan, promosi, dan pengalaman yang ditawarkan oleh hotel bagi tamu yang akan datang (Kaplan & Haenlein, 2010, h.59-68).

Maka dari itu, penulis tertarik untuk menjalani program *Internship* di Swissôtel Jakarta PIK Avenue sebagai *Marketing Communication* dikarenakan peran ini memiliki lingkup kerja yang relevan dengan Desain Komunikasi Visual dimana dunia perhotelan sangat membutuhkan desain untuk media sosial, media cetak, dan juga media digital.

1.2 Tujuan Magang

Pelaksanaan magang yang dilakukan oleh penulis di Swissôtel Jakarta PIK Avenue memiliki maksud dan tujuan sebagai berikut:

1. Mengaplikasikan ilmu desain komunikasi visual yang telah diperoleh selama perkuliahan ke dalam lingkungan kerja profesional.
2. Mendalami aspek baru dalam desain serta relevansi desain komunikasi visual dalam dunia *hospitality*, *marketing communications*, dan *digital marketing*.
3. Mempelajari hal baru serta mendapatkan pengalaman bekerja dalam dunia profesional.

4. Mengembangkan keterampilan *soft skill*, karakter profesional, pemahaman terhadap kerja sama tim, manajemen waktu, serta alur kerja (*pipeline*).
5. Memperluas jaringan profesional di industri kerja; dan
6. Memenuhi salah satu persyaratan kelulusan serta pemenuhan SKS magang pada semester 8.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang

Program magang MBKM merupakan salah satu persyaratan wajib bagi mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara untuk memenuhi ketentuan kelulusan. Dalam pelaksanaannya, mahasiswa yang mengikuti magang MBKM harus mematuhi berbagai syarat dan ketentuan yang telah ditetapkan, baik oleh pihak kampus maupun oleh perusahaan tempat magang berlangsung.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Magang

Berdasarkan *Letter of Acceptance* (LoA) dan regulasi *On The Job Training* yang berlaku di Swissôtel Jakarta PIK Avenue, periode magang berlangsung dari 3 Februari 2025 hingga 2 Agustus 2025. Magang ini memiliki durasi kerja 9 jam per hari mulai dari pukul 08.30 – 17.30 WIB, berlangsung dari Senin hingga Jumat, dan dilaksanakan secara *Work from Office* (WFO) di kantor departemen *Sales & Marketing*, lantai 1, Swissôtel Jakarta PIK Avenue. Secara keseluruhan, penulis menjalani magang selama 130 hari dengan total 1.170 jam kerja.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Magang

Hotel Swissôtel Jakarta PIK Avenue berada di bawah naungan PT. Citra Kirana Pantai, yang juga mengelola Hotel Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk di PIK Avenue, Jakarta Utara. Penulis memperoleh referensi untuk mengikuti program magang di Swissôtel Jakarta PIK Avenue melalui referensi pihak internal saat menjalani magang mandiri sebagai bagian dari

tim *Marketing Communication* di Hotel Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk, yang berlangsung dari 1 Juli 2024 hingga 31 Januari 2025.

Dengan memahami lingkup kerja serta pengalaman yang telah diperoleh sebelumnya, penulis kembali mengajukan diri sebagai tim *Marketing Communication* kepada tim *Talent & Culture (T&C)* Swissôtel Jakarta PIK Avenue pada November 2024 melalui aplikasi *WhatsApp*. Pada 2 Desember 2024, penulis mendaftarkan perusahaan pilihan melalui situs merdeka.umn.ac.id untuk tahap MBKM 01. Pada hari yang sama, penulis menerima persetujuan *Cover Letter* dan segera menjalani proses penerimaan magang di Swissôtel Jakarta PIK Avenue tanpa perlu melalui rangkaian tes ataupun wawancara, hal ini dikarenakan data penulis sudah terdaftar saat menjalani magang mandiri di Hotel Mercure Jakarta Pantai Indah Kapuk sebelumnya.

Letter of Acceptance (LoA) diterbitkan oleh perusahaan pada 13 Desember 2024, memungkinkan penulis untuk menyelesaikan tahap MBKM 02 dengan melengkapi data *supervisor* dan lain sebagainya. Setelah administrasi pada situs merdeka.umn.ac.id disetujui, penulis menerima Kartu Magang Track 01 dan mulai mengisi *daily task* untuk tahap MBKM 03 pada 3 Februari 2025.

U M N
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