

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era *digital*, konten visual memiliki peran yang sangat penting. Penggunaan foto dan video berkualitas yang diunggah di media sosial dapat dengan mudah menarik perhatian dan meningkatkan minat konsumen untuk membeli sebuah produk. Promosi *digital* mengubah cara *brand fashion* berkomunikasi dengan konsumennya. Dengan memanfaatkan media sosial, *brand* dapat dengan mudah menjangkau konsumen yang lebih luas dan beragam.

Saat ini, strategi pemasaran *digital* mencakup berbagai aspek, seperti berkolaborasi dengan influencer dan membuat konten media sosial yang sesuai untuk menarik perhatian target audiens sesuai dengan citra *brand*. Salah satu keunggulan media sosial adalah kemampuannya membangun interaksi langsung dengan target audiens. Interaksi ini membantu sebuah *brand* memahami kebutuhan dan preferensi konsumen dengan lebih baik (Karinadiva, 2024).

Dalam konteks kebutuhan promosi, media sosial berperan sebagai media promosi utama yang bersifat dua arah. Konten promosi dapat berbentuk video, foto produk, *sponsored content* yang berkolaborasi antara *influencer* dan *brand* yang relevan. Media ini dipilih karena mampu menjangkau audiens dalam skala luas dan memungkinkan personalisasi pesan promosi agar lebih sesuai dengan karakteristik audiens masing-masing. Oleh karena itu, media sosial tidak hanya menjadi sarana promosi, untuk membangun loyalitas dan keterlibatan konsumen secara berkelanjutan.

Penulis menjalani praktik kerja atau magang sesuai dengan program yang direkomendasikan oleh Universitas Multimedia Nusantara. Menurut Azwar (2019, dikutip dalam Fadillah, 2025, h. 554), magang adalah program pelatihan atau praktik yang bertujuan untuk mengasah keterampilan tertentu dengan bimbingan serta pengawasan dari individu yang berpengalaman. Melalui magang, penulis memperoleh pengalaman belajar sekaligus meningkatkan baik *soft skill* maupun

hard skill. Program praktik kerja atau magang ini diikuti oleh seluruh mahasiswa Desain Komunikasi Visual Angkatan 2021 dan akan diakhiri dengan sidang magang.

Dalam kegiatan praktik kerja atau magang ini, penulis menjalani magang di perusahaan *retail fashion*, PT Kurnia Ciptamoda Gemilang. Perusahaan ini membuka lowongan magang, dan setelah melalui proses seleksi berupa tes serta wawancara, penulis bergabung sebagai *graphic designer intern* untuk brand Charles & Keith. Program magang ini berlangsung selama enam bulan untuk memenuhi syarat kelulusan dengan total 640 jam kerja. Dalam peran sebagai *graphic designer intern*, penulis lebih banyak terlibat dalam *editing video* dan produksi konten untuk sosial media.

Produksi konten dimulai dengan tahapan praproduksi, yang meliputi penentuan tema dan ide konten, pencarian referensi, serta pengecekan kesiapan produk yang akan di *shoot*. Setelah semua persiapan selesai, proses produksi dimulai dengan pengambilan video bersama videographer. Setelah pengambilan gambar, tahap berikutnya adalah pascaproduksi, yaitu mengumpulkan seluruh *footage* untuk keperluan *editing*. Proses *editing video* ini mencakup beberapa tahapan, dimulai dengan pengolahan *footage* mentah, penyusunan urutan video sesuai kebutuhan, serta seleksi video untuk memilih kualitas terbaik. Selanjutnya, dilakukan penambahan transisi antar klip, perbaikan kualitas warna agar tampilan visual lebih optimal, dan pengecekan hasil akhir video. Pada tahap akhir, hasil video yang sudah diedit akan disaksikan bersama untuk memastikan apakah sudah sesuai dengan arahan dan harapan (Widarti, 2021, h. 25-27). Konten yang menarik dan kreatif dapat meningkatkan interaksi dengan audiens, memperkuat citra merek, serta mendorong pelanggan untuk lebih terlibat dengan produk yang ditawarkan.

1.2 Tujuan Magang

Kerja magang merupakan salah satu aspek yang dipertimbangkan dengan matang oleh penulis untuk memperdalam pemahaman di bidang yang diminati. Sebelum mengajukan lamaran ke perusahaan, penulis terlebih dahulu menetapkan tujuan yang ingin dicapai, baik untuk pengembangan akademik maupun persiapan karier di masa depan.

1. Mengembangkan keterampilan praktis yang dapat meningkatkan *soft skill* maupun *hard skill* dalam bidang desain grafis.
2. Menjadikan magang sebagai langkah awal dalam mempersiapkan diri untuk berkarier di industri yang berhubungan dengan desain grafis.
3. Memahami serta mengenal lebih dalam dinamika dunia profesional dan lingkungan kerja.
4. Mengikuti program magang sebagai bagian dari persyaratan Universitas Multimedia Nusantara untuk memperoleh gelar sarjana desain.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang

Penulis mengikuti program magang merdeka yang merupakan program magang dari Universitas Multimedia Nusantara melalui *Internship Track 01*, dengan total jam kerja sebanyak 640 jam, yang setara dengan 20 SKS. Program ini memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk mendapatkan pengalaman kerja langsung di industri yang relevan dengan bidang studi dari penulis.

Selama periode magang, penulis menjalani praktik kerja di PT Kurnia Ciptamoda Gemilang, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang *retail fashion* dan distribusi produk *fashion premium*. Perusahaan ini berlokasi di Jalan Buntu No. 40, Grogol Selatan, Kebayoran Lama, Kota Jakarta Selatan, Jakarta.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Magang

Penulis memulai praktik kerja magang pada 3 Februari 2025 dan akan berakhir pada 2 Agustus 2025, dengan total durasi 6 (enam) bulan. Selama periode magang, penulis menjalani jam kerja selama 8 (delapan) jam per hari, ditambah 1 (satu) jam istirahat. Magang ini dilakukan secara *Work From Office* (WFO) dengan sistem 5 (lima) hari kerja dalam seminggu. Selain itu, apabila terdapat banyak produksi konten, penulis terkadang melakukan lembur selama 1 (satu) jam.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Magang

Tabel 1.1 Prosedur Pelaksanaan Magang

Tanggal	Kegiatan	Deskripsi
18 November 2024	<i>Briefing</i> Magang	<i>Briefing</i> magang diselenggarakan oleh UMN untuk memberikan gambaran prosedur magang, persyaratan administrasi, dan tips mencari magang.
5-10 Januari 2025	Mulai mencari lowongan magang	Mencari lowongan magang di industri kreatif dan perusahaan dengan divisi kreatif.
6-10 Januari 2025	Administrasi ke <i>website</i> merdeka	Mendaftarkan perusahaan yang dipilih pada <i>website</i> merdeka.umn.ac.id untuk mendapatkan persetujuan.
10-15 Januari 2025	Proses aplikasi pendaftaran	Melamar ke beberapa perusahaan, seperti BLP Beauty, Love Bonito, Tiket.com, Coolvita, Harlette Beauty, Sinarmas, dll.
13-16 Januari 2025	Proses seleksi	Mengikuti proses seleksi di beberapa perusahaan tetapi

		belum berhasil mendapatkan posisi magang.
16 Januari 2025	Mencari ulang lowongan	Menemukan lowongan <i>Graphic Designer Intern</i> di PT KCG melalui akun Instagram <i>recruit_ptkcg</i> .
18 Januari 2025	Proses aplikasi ke PT KCG	Mengirimkan CV dan portofolio desain melalui email.
20 Januari 2025	KRS Semester 8	Mengikuti KRS Internship Track 01 sebagai syarat mendapatkan persetujuan magang dari universitas.
21 Januari 2025	Lolos seleksi awal PT KCG	Menerima pesan dari HR PT KCG untuk wawancara HR.
23 Januari 2025	Wawancara HR	Dilakukan melalui <i>Google Meet</i> , membahas pengalaman desain, preferensi kerja, dan kesiapan WFO selama 6 bulan.
23 Januari 2025	Psikotes dan <i>Skill Test</i>	Mengerjakan 4 psikotes serta <i>skill test</i> berupa katalog produk

		Charles & Keith dan <i>motion graphic</i> .
24 Januari 2025	Wawancara User	Dilakukan di kantor PT KCG dengan tim <i>marketing</i> dan desain, membahas pengalaman desain dan hasil <i>skill test</i> .
24 Januari 2025	Dinyatakan diterima magang di PT KCG	Dinyatakan diterima sebagai <i>Graphic Designer Intern</i> untuk <i>brand</i> Charles & Keith.
25 Januari 2025	Meminta <i>acceptance letter</i>	Meminta <i>acceptance letter</i> untuk menyelesaikan registrasi di <i>website</i> merdeka.umn.ac.id.
31 Januari 2025	Tanda tangan kontrak	Dipanggil HR PT KCG untuk menandatangani kontrak kerja.
3 Februari 2025	Hari pertama magang	Mengikuti sesi <i>onboarding</i> , berkenalan dengan tim, dan diberikan informasi tugas serta alur kerja.
Setelah memulai magang	Laporan harian	Mulai mengisi <i>daily task supervisor</i> dan <i>advisor</i> di <i>website</i> merdeka.umn.ac.id.