

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pecinta mobil, motor, sepeda, maupun *skateboard* memiliki gaya dan komunitasnya masing-masing yang cukup ramai dan terus berkembang. Komunitas-komunitas yang ada ini dipercaya merupakan representasi hobi, interaksi sosial, dan membangun relasi yang dimiliki oleh pecinta otomotif, data ini diakses dari www.sctiindonesia.com pada tanggal 25 juni 2025 (SCTI, 2025). Komunitas otomotif ini juga sangat beragam dan sangat banyak keberadaanya di Indonesia ini. Banyak dari pecinta otomotif dan kendaraan beroda ini yang berbagi informasi mengenai hobi dan ketertarikan mereka dengan otomotif melalui komunitas yang mereka ikuti. Selain itu, banyak penggemar otomotif yang seringkali mencari inspirasi ataupun ingin belajar dan berdiskusi lebih jauh mengenai informasi tentang otomotif di komunitas data ini diakses dari jurnal UMS oleh Irawan & Wirawanda pada tanggal 25 juni 2025 (Irawan & Wirawanda, 2024). Dengan begitu, tidak sedikit media-media yang khusus membahas otomotif. Namun media-media yang saat ini beredar kebanyakan hanya membahas otomotif tertentu seperti mobil saja ataupun motor saja.

Dengan ramainya komunitas dan media pecinta otomotif, Human On Wheels hadir sebagai media yang mencakup semua pecinta kendaraan beroda mulai dari mobil, motor, sepeda, *skateboard*, dan bahkan *roller skate*. Human On Wheels merupakan media yang membahas semua informasi, berita, dan pengetahuan mengenai semua yang berhubungan dengan kendaraan beroda. Human On Wheels muncul sebagai media yang menggabungkan komunitas beroda yang dulunya seringkali terfragmentasi dan terpisah-pisah dengan disiplin roda nya masing masing. Human On Wheels. Media yang seringkali dipanggil HOW ini hadir dengan fokus untuk tidak hanya mengangkat informasi seputar teknis dunia otomotif dan roda saja, tetapi HOW juga menggabungkan nilai-nilai kemanusiaan,

cerita personal dan emosional dari individu penggemar roda dengan mengemasnya menggunakan storytelling dan konten yang menarik.

Selama perjalanannya, HOW telah dipercaya oleh berbagai merek besar dan *influencer* ternama untuk berkolaborasi dalam menciptakan konten yang kuat dengan *storytelling* yang menarik maupun visualnya. Beberapa proyek kolaborasi dan kerja sama dengan merek dan *influencer* yang pernah dilakukan oleh HOW adalah Tolak Angin, Fitra Eri, Om Mobi, Ridwan Hanif dan masih banyak lainnya. Kerja sama yang dilakukan menghasilkan *engagement* yang tinggi, eksposur yang luas, dan *views* yang sangat banyak.

Melalui program magang yang dilakukan penulis di Human On Wheels, penulis dapat memperoleh pengalaman langsung dalam proses kreatif produksi media, pengelolaan kampanye digital, hingga kolaborasi dengan berbagai komunitas dan merek. Hal inilah yang mendorong penulis untuk memilih HOW sebagai tempat program magang untuk memperdalam pemahaman di bidang media kreatif yang berdampak sosial dan relevan dengan perkembangan industry saat ini. Selain itu, penulis juga berharap bahwa penulis dapat mendorong Human on Wheels agar dapat memberikan informasi yang menarik, informatif, dan interaktif pada media sosialnya dengan visual yang dibuat oleh penulis.

1.2 Tujuan Magang

Program kerja magang Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) yang diikuti penulis merupakan persyaratan kelulusan dari Universitas Multimedia Nusantara. Untuk memenuhi persyaratan tersebut, penulis mengambil mata kuliah Internship Track 1. Adapun beberapa tujuan dari pelaksanaan program kerja magang ini adalah sebagai berikut:

1. Memenuhi persyaratan kelulusan dan memperoleh gelar sarjana dari Universitas Multimedia Nusantara
2. Menerapkan hasil pembelajaran selama masa perkuliahan pada dunia kerja
3. Mendapatkan pengalaman kerja nyata di dalam industri media, serta juga memahami proses kerja dengan profesional

4. Mempertajam dan belajar dalam hal keterampilan teknis dalam desain serta kemampuan dalam berkomunikasi, bekerjasama dengan tim dan adaptasi lingkungan kerja.
5. Mempelajari ilmu mengenai perancangan visual dengan penyampaian informasi yang jelas dalam merancang desain konten industri media
6. Membangun koneksi dan relasi profesional di dunia kerja dalam industri media.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang

Dalam proses kerja magang, penulis melakukan pencarian lowongan magang pada berbagai platform. Setelah menemukan beberapa lowongan yang tepat, penulis melakukan beberapa tahap seleksi, mulai dari mengumpulkan dokumen dan melakukan wawancara. Setelah tahap tersebut, penulis diterima sebagai desainer grafis magang di Human On Wheels.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Magang

Dalam persyaratan program kerja magang yang ditentukan oleh Universitas Multimedia Nusantara, penulis wajib memenuhi waktu yang ditetapkan yaitu sebanyak 640 jam kerja. Dalam kontrak yang diberikan dari Perusahaan kepada penulis, terlampir bahwa durasi program kerja magang dilakukan selama 4 bulan. Durasi ini dimulai dari 3 Februari 2025 – 3 Juni 2025. Selain itu, pelaksanaan kerja magang ini akan dilakukan secara *work from home (WFH)* dengan jam kerja yang dimulai pukul 10.00 hingga 18.00 WIB.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Magang

Dalam pelaksanaan magang, penulis mencari lowongan kerja magang pada berbagai platform seperti, LinkedIn, Jobstreet, Dealls, Instagram dan platform yang lainnya. Penulis menemukan lowongan *Graphic Designer Internship* pada Instagram Human On Wheels. Melalui Poster tersebut, penulis mengirimkan dokumen seperti *Curriculum Vitae* (CV) dan Portofolio penulis melalui email Human On Wheels pada tanggal 27 Januari

2025. Setelah itu, penulis dikontak pihak Human On Wheels untuk melakukan *interview* yang dilaksanakan secara *offline* pada tanggal 30 Januari 2025. Proses *interview* dilakukan bersama Nisa Arby sebagai Direktur Human On Wheels. Setelah melakukan *interview*, penulis lulus dari tahap *interview* serta menerima hasil penerimaan kerja magang bersama kontrak pada email yang berisi mengenai durasi program kerja magang selama 4 bulan. Setelah itu, Penulis melaksanakan program kerja magang mulai dari tanggal 3 Februari 2025.

