BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam dunia industri yang semakin kompetitif, strategi visual menjadi salah satu elemen penting dalam membangun citra perusahaan. Perusahaan kini tidak hanya mengandalkan kualitas produk, tetapi juga pada bagaimana mereka menyampaikan nilai merek secara emosional dan visual kepada pelanggan. Salah satu bentuk strategi tersebut adalah melalui media visual seperti lukisan yang diberikan kepada pelanggan sebagai bentuk apresiasi. Penulis mendapatkan tugas untuk membuat 26 lukisan sebagai bagian dari proyek magang di divisi *CX Marketing Communication*. Lukisan tersebut direncanakan akan diberikan kepada pelanggan yang membeli unit alat berat dalam rangkaian acara tahunan perusahaan. Meskipun lukisan ini merupakan alternatif dari hasil visual utama berbasis AI, proyek ini tetap menjadi bagian dari strategi visual yang bertujuan membangun hubungan emosional dengan pelanggan.

Menurut Wang (2024), desain grafis dan komunikasi visual memainkan peran penting dalam membentuk citra dan pengenalan merek. Visual yang dikurasi secara tepat dapat menyampaikan pesan brand dengan lebih kuat dan bermakna. Kemudian dalam kutipan (Zhang & Wang, 2024) menekankan pentingnya pengalaman sensorik dalam memperkuat loyalitas merek, di mana pengalaman visual seperti pemberian karya seni dapat memberikan dampak emosional yang signifikan bagi pelanggan. Penelitian Fernandes dan Moreira (Fernandes & Moreira, 2019) juga menunjukkan bahwa branding berbasis emosi mampu meningkatkan loyalitas pelanggan dengan menciptakan kedekatan personal antara perusahaan dan konsumen.

Di tengah dominasi teknologi visual berbasis AI, kehadiran karya lukisan manual menawarkan nilai eksklusif dan sentuhan personal yang tidak bisa digantikan sepenuhnya oleh teknologi digital. Lukisan manual memiliki cara

penyampaian yang melibatkan emosi, serta memberikan kesan yang lebih personal dan alami, yang pada akhirnya memperkuat ikatan emosional antara pelanggan dan perusahaan (Xinghui, 2024). Namun, di sisi lain, tantangan yang dihadapi penulis adalah bagaimana menyampaikan nilai dari karya manual ini di tengah dominasi penggunaan visual berbasis AI yang lebih praktis dan efisien dari segi produksi. Hal ini menimbulkan pertanyaan mengenai relevansi karya lukis manual dalam strategi komunikasi visual modern. Oleh karena itu, penting untuk mengeksplorasi bagaimana media alternatif ini tetap dapat memberikan kontribusi dalam memperkuat hubungan emosional antara perusahaan dan pelanggan.

Penulis tertarik untuk melakukan magang di PT. Trakindo Utama karena penyampaian visual desain yang efektif dalam meningkatkan *awareness* kepada konsumen serta kontribusi yang telah dilakukan oleh PT Trakindo Utama dalam membantu pembangunan di Indonesia, serta pencapaian prestasi perushaan yang telah diraih dari tahun ke tahun.

1.2 Tujuan Magang

Dengan dilakukannya progam magang ini, penulis diharapkan dapat memperoleh pembelajaran dan pengalaman baru yang tidak didapatkan sebelumnya dalam kegiatan belajar mengajar di kampus. Dengan mengikuti magang ini, penulis dapat melihat dan berkontribusi secara langsung bagaimana kegiatan dan tugas-tugas yang dijalankan oleh para karyawan di dunia kerja. Tujuan magang sebagai:

1. Syarat untuk menjadi sarjana desain
2. Sarana menambahkan pengalaman mengenai profesi sebagai *designer*. Pengalaman dapat juga berdasarkan pada *softskill* dan *hardskill*.
3. Untuk mengetahui aktivitas *CX Marketing Communication* pada PT Trakindo Utama terkait pelaksanaan kegiatan *Event*, *Digital Marketing*, dan *Customer Experience* (CX).
4. Mengetahui cara membuat konten untuk kebutuhan promosi.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang

Pelaksanaan magang dilakukan dan terhitung pada tanggal 17 Februari sampai 16 Mei 2025 atau dalam kurun waktu 4 bulan. Kerja magang dilakukan setiap hari Senin sampai Jumat pukul 08.00 sampai pukul 17.00 WIB. Posisi magang sebagai divisi *Event* dan *Digital Marketing*. Untuk prosedur pelaksanaan magang penulis melamar dengan melakukan menghubungi *e-mail* kepada HR PT. Trakindo Utama, kemudian setelah mendapatkan panggilan penulis melakukan interview pada tanggal 12 Februari 2025 pukul 11.00. Setelah melakukan interview penulis diminta untuk melengkapi data diri. Kemudian pada tanggal 17 Februari 2025 penulis diminta datang oleh HR ke Head Office yang berada di Gedung TMT, Jl. Raya Cilandak Kko No.1 Lantai 16. Pada hari pertama penulis melakukan *onboarding* dengan HR atau pengenalan peserta magang baru ke perusahaan dan memperkenalkan kepada penulis tentang perusahaan, budaya kerja, aturan yang ada di perusahaan, hingga keselamatan kerja.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Magang

Penulis melaksanakan progam magang selama 4 bulan atau 640 jam kerja, dimulai dari 17 Februari 2025 hingga 16 Mei 2025. Waktu kerja dilaksanakan hari Senin hingga Jumat pukul 08.00-17.00 dan ketentuan kerja secara *work from office*. Penulis melaksanakan jam kerja tambahan jika diperlukan untuk memenuhi program magang. Kemudian penulis memperpanjang kontrak pada tanggal 18 Mei 2025 hingga bulan Agustus 2025 untuk memenuhi 640 jam kerja.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Magang

Penulis melakukan prosedur pelaksanaan magang yang terbagi dalam proses pengajuan, tahap pelaksanaan, hingga tahap akhir. Penulis mengikuti bimbingan magang yang diselenggarakan oleh pihak Universitas Multimedia Nusantara dari jurusan Desain Komunikasi Visual. Penulis mengisi pengajuan tempat magang di website merdeka UMN. Penulis mengajukan *Curriculum Vitae*, Portofolio, serta Surat Pengantar Magang (MBKM 01)

kepada HR Trakindo Utama untuk melakukan kegiatan magang. Penulis menerima panggilan dari PT Trakindo Utama untuk melakukan wawancara secara online dengan maksud untuk melakukan seleksi magang. Penulis mendapatkan pengumuman penerimaan magang dari PT Trakindo Utama melalui HR, berisi agenda hari pertama masuk kerja dan tanggal pemberitahuan masuk kerja. Pada hari pertama bekerja penulis melakukan *on boarding* serta diminta untuk mengisi formulir data diri, persetujuan kerja magang, dan pengambilan kartu kerja magang untuk akses masuk Gedung dan ruangan bekerja. Setelah diterima, penulis mengunggah kelengkapan berkas data *final/complete registration* tentang perusahaan di *website* merdeka.umn.ac.id. Selama proses magang penulis mengisi daily task di merdeka.umn.ac.id serta meminta *approval* kepada supervisor dan advisor.