

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebagai mahasiswa semester 6, mahasiswa memiliki tuntutan dalam mengambil program magang untuk bisa menempuh studi berikut. Magang merupakan program yang banyak mahasiswa/i harus lalui sebelum terjun dalam dunia kerja yang sebenarnya. Magang merupakan kegiatan pembelajaran di luar kampus yang memberikan pengalaman kerja nyata kepada mahasiswa sebelum mereka benar-benar masuk ke dunia kerja. Tujuan dari kegiatan magang adalah untuk mengembangkan kemampuan profesional, etos kerja, dan pemahaman terhadap budaya kerja di perusahaan (Wahyudi, D. 2019). Dalam program magang yang dirancang oleh Universitas Multimedia Nusantara, mahasiswa-mahasiswi diberikan kebebasan dalam memilih divisi dan tempat magang yang sesuai dengan studi yang ditempuh, namun kebebasan tersebut akan diseleksi ulang oleh pihak kampus untuk menjamin bahwa tempat dan divisi magang yang dipilih oleh mahasiswa-mahasiswi itu valid dan dapat dipercayakan untuk mahasiswa-mahasiswi bekerja sebagai anggota magang di perusahaan yang terpilih. Pada laporan magang ini, mahasiswa atau pelaksana magang sudah mengambil proses magang dengan mengambil peran sebagai marketing communication di salah satu perusahaan telekomunikasi terbesar yaitu PT XL Axiata atau sekarang dikenal sebagai PT XLSMART di dalam divisi XLSMART for BUSINESS.

Selama menjalani magang di perusahaan XLSMART for BUSINESS, pelaksana magang memperoleh penugasan utama dalam bidang fotografi dokumentasi untuk mendukung kebutuhan dokumentasi perusahaan dan konten media sosial. Berbagai kegiatan yang didokumentasikan meliputi acara-acara yang diselenggarakan oleh *partner* perusahaan dan juga pihak eksternal. Dalam pelaksanaan proses magang, Pelaksana magang menerapkan pendekatan *Visual Photography Communication* yang telah dipelajari melalui mata kuliah di perkuliahan. Pendekatan ini menekankan bahwa foto bukan sekadar hasil teknis atau visual estetik, tetapi juga merupakan alat komunikasi visual yang dapat menyampaikan pesan, makna, dan kesan tertentu kepada audiens.

Fotografi dipahami sebagai bentuk komunikasi visual yang secara aktif membangun makna, bergantung pada bagaimana subjek direpresentasikan dan dalam konteks apa gambar tersebut disajikan kepada publik (Bate, 2016) Dalam Fotografi, setiap foto berfungsi sebagai teks budaya yang dapat “dibaca” dan ditafsirkan oleh audiens berdasarkan latar sosial, budaya, dan media tempat foto itu beredar. Dalam proses menangkap foto, seorang fotografer harus memiliki *visual instinct* untuk bisa mengarahkan pengambilan foto dengan *angle* yang tepat, supaya foto tersebut memberikan warna dan makna yang terdalam bagi yang melihat nya (Carrol, 2015).

Berdasarkan pemahaman tersebut, pelaksana magang berupaya menghasilkan karya fotografi yang tidak hanya mengambil momen, tetapi juga mampu merepresentasikan nilai, identitas, serta citra perusahaan secara strategis dan komunikatif. Dalam peliputan berbagai kegiatan perusahaan, proses pengambilan gambar dilakukan dengan memperhatikan momen interaksi antarindividu, ekspresi positif, hingga elemen visual seperti logo atau atribut perusahaan yang dapat memperkuat narasi visual sebagai entitas yang profesional dan kredibel.

Selain menjalankan tugas utama sebagai bagian dari tim *Marketing Communication* untuk melakukan dokumentasi visual berupa foto dalam berbagai acara perusahaan, pelaksana magang juga diberikan dua tanggung jawab tambahan yang mendukung strategi komunikasi digital perusahaan. Tugas tambahan tersebut meliputi keterlibatan dalam proses pengambilan video testimoni dari partner bisnis XLSMART for BUSINESS, serta produksi podcast yang bertujuan untuk memperkaya konten perusahaan di platform media sosial.

Dari tugas-tugas yang telah diberikan oleh tempat kerja, Pelaksana magang memiliki alasan untuk mengikuti dalam mengambil peran sebagai marketing communication di XLSMART for BUSINESS dengan menerapkan konsep *Visual Photography Communication*, karena XLSMART merupakan perusahaan yang sangat besar dan sudah memiliki nama dalam industri telekomunikasi teknologi. Pelaksana magang percaya bahwa melakukan proses magang di suatu perusahaan yang sudah memiliki nama yang besar dan akreditasi yang tinggi, merupakan suatu

keputusan yang tepat, dikarenakan pelaksana magang dapat mempelajari dalam memberikan output yang memiliki standar yang tinggi profesional, hal tersebut dapat memberikan bekal bagi pelaksana magang untuk bisa menaikan standar pemahaman untuk kebutuhan dunia kerja kedepan nya.

Sebagai kesimpulan selama menjalani program magang di divisi marketing communication perusahaan XLSMART for BUSINESS, pelaksana magang memperoleh pengalaman kerja nyata yang relevan dari program magang Universitas Multimedia Nusantara. Tugas utama yang dilakukan oleh pelaksana magang mencakup dokumentasi kegiatan perusahaan melalui fotografi, serta dua tanggung jawab tambahan yaitu pengambilan video testimoni partner dan produksi podcast sebagai bagian dari strategi komunikasi digital. Seluruh kegiatan dilaksanakan dengan pendekatan *Visual Photography Communication*, yang menempatkan visual sebagai media penyampai pesan dan identitas perusahaan secara strategis. Teori dari David Bate dan Henry Carroll menjadi acuan dalam memahami bagaimana visual membangun makna dalam konteks sosial dan profesional. Melalui pengalaman ini, pelaksana magang tidak hanya mengembangkan keterampilan teknis dan kreativitas visual, tetapi juga memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai praktik komunikasi visual dalam dunia industri.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang memiliki maksud untuk mendapatkan pengalaman dan pandangan tentang aktivitas *marketing communication* pada perusahaan telekomunikasi *ICT*, secara khusus aktivitas pelaksanaan magang ini bertujuan untuk:

1. Menerapkan konsep VPC (*Visual Photography Communication*) dalam kegiatan magang di tempat magang.
2. Mengidentifikasi kendala yang muncul saat mengerjakan tugas magang dalam tempat kerja magang, dan mencari solusi terhadap kendala tersebut.
3. Menambah pengalaman langsung, memperluas relasi profesional, serta meningkatkan *soft skill* dan *hard skill* dalam bidang *marketing communication*

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang berlangsung pada 17 Maret 2024 sampai 17 Juli 2024 dengan durasi enam ratus empat puluh jam kerja sesuai dengan Panduan MBKM Magang Track 1 dan sesuai dengan arahan dari Program Studi. Hal ini selaras dengan surat penerimaan kerja magang dengan jadwal berikut:

Hari kerja aktif : 08.00 - 17.00 WIB (Senin - Kamis) & 08:00 - 17:30 (Jumat)

Sistem Kerja : Hybrid (WFO dan WFH)

Jadwal terlampir dapat berubah jika terdapat lembur dikarenakan mengurus event perusahaan dan hal lain.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur pelaksanaan kerja magang telah diikuti alur yang ditetapkan oleh kampus. Proses magang ini dilaksanakan secara mandiri dalam tahap pencarian tempat magang yang memiliki kriteria yang diberikan oleh kampus. Sebelum bisa memenuhi tahap pencarian tempat magang, ada beberapa tahap yang telah dan harus dilalui sebagai mahasiswa:

Proses Administrasi Kampus

1. Mengikuti seminar yang diadakan oleh fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara secara luring di *Lecture Hall*.
2. Mengikuti pemilihan KRS Internship yang diselenggarakan di website my.umn.ac.id, dengan catatan setiap mahasiswa harus sudah memenuhi syarat minimal 90 sks dan tidak ada nilai mata kuliah yang mahasiswa sudah ambil bernilai D dan E.
3. Berikut nya mahasiswa harus mengajukan KM-01, dan diperbolehkan buntut mengajukan KM-01 lebih dari satu melalui Google form yang dibagikan melalui email.
4. Jika KM-01 sudah diajukan dan diterima dengan memenuhi semua syarat mengenai tempat magang yang dipilih oleh pihak Fikom, Mahasiswa akan

mendapatkan KM-02 yaitu surat rekomendasi magang dari pihak kampus untuk bisa diberikan oleh pihak perusahaan.

5. Setelah itu mahasiswa dapat mengunduh KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang), KM-05 (Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang), KM-06 (Penilaian Kerja Magang), KM-07 (Verifikasi Laporan Magang) untuk kebutuhan magang di tahap selanjutnya.

Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

1. Membuat *Curriculum Vitae (CV)* dan *Portofolio* untuk bisa di kirimkan ke perusahaan-perusahaan yang membuka lowongan magang.
2. Menunggu perusahaan mengundang mahasiswa untuk wawancara selama 3 bulan.
3. Melakukan Revisi *Curriculum Vitae (CV)* dan *Portofolio* agar dipandang oleh *Human Resource (HR)* dari perusahaan-perusahaan yang ingin dituju.
4. Melakukan sosialisasi dengan teman-teman untuk mendapat lowongan kerja magang.
5. Mendapatkan referral lowongan magang di XL Axiata dalam sbidang perusahaan XL Axiata Business Solution dari seorang dosen, melalui mengirimkan *Curriculum Vitae (CV)* dan *Portofolio*.
6. Mengirimkan beberapa email berisi surat kerja magang yang diperoleh dari pihak kampus dan beberapa dokumen ke *Human Resource (HR)* perusahaan untuk membahas berapa lama durasi magang dan kapan bisa langsung bekerja.
7. Mahasiswa diterima dan melaksanakan magang di XL Axiata Business for Solution di tanggal 17 Maret 2025.

Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

1. Penyusunan Laporan praktik kerja magang dilakukan secara individu dengan bimbingan dari Bapak Mujiono, selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan online.
2. Melakukan pengumpulan bab 1 dan bab 2 untuk penilaian Ujian Tengah Semester (UTS).

3. Melakukan revisi dari bab 1 dan bab 2, setelah itu mengerjakan bab 3 dan bab 4.
4. Difinalisasi di tgl 26 Juni 2025, dan dikumpulkan di tanggal 1 Juli 2025.

