

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era digital yang berkembang pesat, kebutuhan akan konten visual yang menarik dan informatif menjadi faktor penting bagi perusahaan, baik untuk penyampaian pesan dan komunikasi yang efektif baik untuk kebutuhan tim internal maupun pelanggan agar lebih mudah di pahami. Saat ini, media sosial dan berbagai platform digital menjadi sarana utama dalam mendukung hal tersebut.

Vision Corporation merupakan salah satu Kantor Pemasaran Mandiri (KPM) dari perusahaan asuransi jiwa di Indonesia. Berdiri sejak tahun 2006, Vision telah berkembang menjadi KPM terbesar di Asia Tenggara, dengan lebih dari 60 kantor perwakilan dan ribuan tenaga pemasar yang tersebar di seluruh Indonesia. Vision berafiliasi dengan perusahaan asuransi ternama yang berpusat di luar negeri dan dikenal sebagai salah satu komunitas agency yang berprestasi di dunia asuransi.

Selama kegiatan magang di Vision Corporation, videografer dan editor terlibat langsung dalam proses pembuatan konten visual yang digunakan untuk keperluan promosi dan edukasi. Konten yang dihasilkan meliputi video motivasi, dokumentasi kegiatan, serta materi pelatihan bagi tim internal. Melalui keterlibatan dalam kegiatan tersebut, diperoleh pemahaman yang mendalam mengenai pentingnya komunikasi visual dalam mendukung branding, pengembangan tim, dan penyebaran nilai-nilai perusahaan.

1.2 Maksud dan Tujuan Magang

Sebagai salah satu syarat kelulusan bagi mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara, kegiatan kerja magang dalam program Kampus Merdeka menjadi bagian penting dari proses pembelajaran. Lewat program ini, mahasiswa diharuskan menjalani pengalaman kerja dengan total durasi minimal 640 jam, yang setara dengan 20 SKS. SKS tersebut terdiri dari beberapa mata kuliah, antara lain

Professional Business Ethics (3 SKS), Industry Experience (7 SKS), Industry Model Validation (7 SKS), dan Evaluation and Reporting (3 SKS).

Selain menjadi bagian dari pemenuhan kewajiban akademik, kegiatan magang di Vision Corporation dipilih dengan beberapa tujuan sebagai berikut:

1. Sarana menambahkan pengalaman berdasarkan pada *softskill* dan *hardskill*.
2. Mempelajari strategi komunikasi visual yang digunakan dalam mendukung kegiatan pemasaran dan pengembangan tim internal.
3. Meningkatkan kemampuan bekerja sama dalam tim serta menyesuaikan diri dengan budaya kerja di dunia industri.
4. Memperluas Jaringan professional dan koneksi.

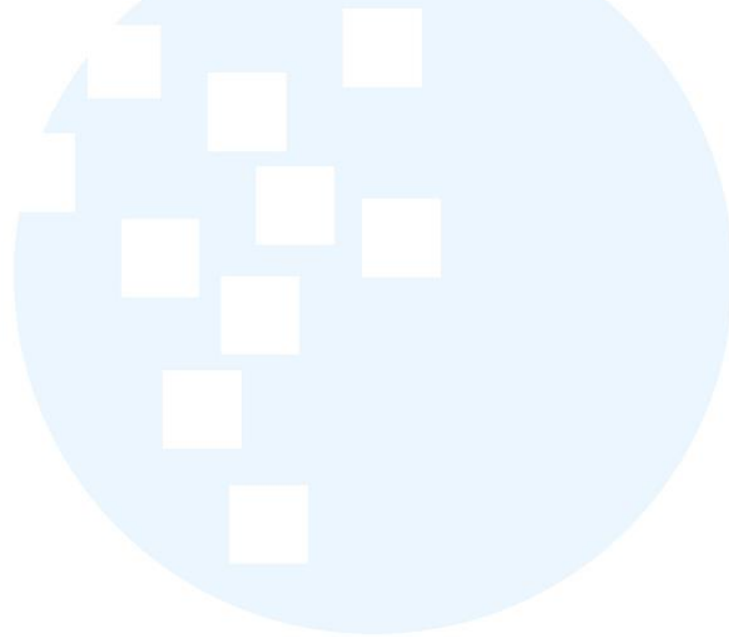
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang

Proses pengajuan magang di Vision Corporation diawali dengan pengiriman surat permohonan magang kepada pihak perusahaan beserta berkas administrasi pendukung yang diperlukan oleh Universitas Multimedia Nusantara. Setelah melalui proses seleksi dan konfirmasi, penulis resmi diterima sebagai peserta Program Magang MBKM Track 1 di Vision Corporation.

Berdasarkan surat keterangan penerimaan, kegiatan magang dilaksanakan selama 640 jam kerja atau setara dengan 100 hari kerja, dengan waktu kerja 8 jam per hari. Masa magang berlangsung mulai tanggal 18 Agustus 2025 hingga 5 Desember 2025. Selama periode tersebut, penulis ditempatkan di Departemen Pemasaran dengan posisi sebagai Videographer dan Video Editor.

Seluruh kegiatan magang dilakukan secara Work From Office (WFO) di kantor Vision Corporation yang berlokasi di Graha Irama Tower, lantai 26, Jl. Letjen S. Parman, Palmerah - Jakarta Barat. Jam kerja dimulai pukul 08.00 hingga 17.00, berlangsung dari Senin sampai Jumat, dan mengikuti ketentuan libur nasional.

Apabila terdapat agenda tambahan seperti kegiatan pengambilan gambar (shooting), peliputan acara, atau kebutuhan produksi kreatif lainnya, maka waktu kerja dapat disesuaikan dengan jadwal kegiatan lapangan yang telah ditentukan oleh perusahaan.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA