

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kegiatan magang bagi mahasiswa merupakan salah satu bentuk implementasi pembelajaran di perguruan tinggi yang bertujuan memberikan pengalaman praktis secara langsung serta pemahaman kontekstual mengenai dunia usaha, industri, maupun dunia kerja. Hal ini dilakukan untuk mendukung ketercapaian pembelajaran lulusan sesuai kurikulum serta memperluas kompetensi utama mahasiswa (Permendikbudristek). Khususnya pada Program Studi Desain Komunikasi Visual di Universitas Multimedia Nusantara, kegiatan magang ditetapkan sebagai salah satu syarat akademik yang harus diselesaikan mahasiswa pada tahap akhir perkuliahan sebelum kelulusan program magang sebagai wadah pembelajaran yang memungkinkan mahasiswa untuk dapat mengembangkan berbagai keterampilan, baik soft skill maupun hard skill. Salah satu contohnya adalah dalam bidang pemasaran, mahasiswa memperoleh kesempatan untuk terlibat secara langsung sehingga dapat merasakan sekaligus memperoleh pengalaman praktis dalam aktivitas pemasaran.

Perkembangan pesat dalam bidang pemasaran telah memberikan dampak signifikan terhadap berbagai sektor industri. Transformasi ini ditandai dengan kemajuan media digital dan teknologi pemasaran yang membuka peluang bagi perusahaan untuk menjalin interaksi berkelanjutan dengan klien sepanjang siklus hidup pelanggan (Caffey & Chadwick, 2019, hlm. 5). Pemasaran digital dinilai lebih efektif dan efisien dibandingkan pemasaran tradisional (Yasmin et al, 2015) Melalui platform digital, promosi bisnis dapat dilakukan secara lebih terarah, cepat, serta mampu menjangkau audiens yang lebih luas.

Desain grafis memiliki peran yang krusial dalam memengaruhi efektivitas pemasaran digital. Unsur-unsur visual, seperti gambar, warna, tipografi, dan tata letak, dimanfaatkan untuk menarik perhatian audiens sekaligus membangun persepsi positif terhadap suatu produk atau layanan (Subarkah & Dayari, 2023). Dampak signifikan dari penerapan desain grafis ini juga dirasakan pada sektor *real estate*, di mana strategi pemasaran properti melalui media digital menjadikan desain grafis sebagai peran yang sangat penting. Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang properti yang ikut memanfaatkan peran desain grafis dalam mendukung proses perkembangan dan ekspansi bisnisnya adalah PT Summarecon Agung Tbk.

PT Summarecon Agung Tbk adalah perusahaan yang bergerak di sektor *real estate* dan termasuk salah satu bisnis yang responsif dalam mengadopsi perkembangan teknologi, khususnya dalam strategi pemasaran yang mereka terapkan. PT Summarecon Agung Tbk didirikan pada tahun 1975 oleh bapak Soetjipto Nagaria bersama para rekannya dengan tujuan utama mengembangkan sektor *real estate* (Summarecon.com, 2017). Perusahaan Summarecon menunjukkan pertumbuhan yang besar melalui pengembangan kawasan kota terpadu hingga ke beberapa wilayah di Indonesia. Untuk memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan loyalitas konsumen, Summarecon mengembangkan Summarecon Apps yang terbagi menjadi Summarecon Mall Apps bagi konsumen pusat perbelanjaan dan Summarecon Home Apps bagi konsumen properti. Kedua aplikasi ini menyediakan fitur seperti reward, voucher, dan layanan lainnya yang memudahkan serta memberikan nilai tambah bagi pengguna.

Ketertarikan penulis terhadap program magang di PT Summarecon Agung Tbk didasari oleh kesesuaian bidang yang ditawarkan dengan jurusan yang ditempuh penulis, serta reputasi positif perusahaan di industri nasional. Melalui kesempatan tersebut, penulis meyakini dapat mengembangkan soft skill maupun hard skill, sekaligus memperoleh pengalaman kerja nyata yang bermanfaat. Dengan harapan untuk mendapatkan pengalaman yang secara khusus berkaitan dengan peningkatan pengetahuan serta keterampilan dalam perancangan desain promosi

dan penyajian informasi digital, yang mencakup pengelolaan desain pada media sosial serta aktivitas publikasi lainnya sebagai bagian dari strategi pemasaran.

1.2 Tujuan Kerja

Penulis melaksanakan program magang di PT Summarecon Agung Tbk dengan tujuan utama untuk memenuhi salah satu persyaratan akademik dalam rangka penyelesaian studi S1 di Universitas Multimedia Nusantara. Selain itu, terdapat pula sejumlah tujuan lain yang mendasari pelaksanaan magang ini, antara lain yaitu :

1. Menambah serta mengembangkan *softskill* dan *hardskill* sebagai desainer dalam membuat desain.
2. Memperdalam dan mengasah penggunaan software desain dan software *backend* dalam aplikasi promosi.
3. Mempelajari dan memperdalam ilmu marketing dalam pembuatan suatu konten promosi.
4. Mengembangkan skill dalam berkomunikasi, kerjasama tim, dan problem solving dalam etika dunia kerja.
5. Menambahkan portofolio sebagai proses berkembang untuk masa depan karir nantinya.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja

Untuk memenuhi salah satu persyaratan akademik dalam rangka penyelesaian studi S1 di Universitas Multimedia Nusantara, penulis mengikuti program magang track 1 sesuai ketentuan kampus melalui *website* pro-step, yang mencakupi 640 jam kerja dan 207 jam penyusunan laporan dengan adanya persyaratan dari *supervisor* dan dosen pembimbing. Penulis sepakat dengan pihak perusahaan melalui kontrak dengan jangka waktu pelaksanaan selama enam bulan di PT Summarecon Agung Tbk, yang kemudian penulis di tempatkan pada divisi marketing pada New Venture Business Summarecon Serpong.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja

Untuk memenuhi salah satu persyaratan akademik dalam rangka penyelesaian studi S1 di Universitas Multimedia Nusantara, penulis memulai praktik magang di divisi New Venture Bussines Summarecon Serpong dengan durasi enam bulan, terhitung sejak tanggal 14 Juli 2025 hingga 14 Januari 2026. Kegiatan magang dijalankan secara *work from office* selama lima hari kerja dalam satu minggu dengan total durasi sembilan jam per hari, dimulai pukul 08.30 WIB hingga 17.30 WIB, termasuk waktu istirahat pada pukul 12.00 WIB hingga 13.00 WIB.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja

Pada tahap awal pelaksanaan program magang, penulis mengikuti *UMN Career Day* yang diselenggarakan oleh *Career Development Center* (CDC) Universitas Multimedia Nusantara pada tanggal 6–7 Mei 2025. Kegiatan tersebut menghadirkan lebih dari 30 perusahaan yang menawarkan peluang kerja maupun magang bagi mahasiswa. Selanjutnya, pada tanggal 9 Mei 2025 penulis menghadiri sesi *briefing* yang diselenggarakan secara *onsite* di kampus sebagai bagian dari rangkaian persiapan pelaksanaan program magang. Di samping itu, penulis juga melakukan pencarian informasi mengenai lowongan magang melalui media sosial *Career Development Center* (CDC) UMN serta memanfaatkan platform penyedia informasi kerja seperti JobStreet dan Deals.

Sebelum mengajukan lamaran, penulis terlebih dahulu mengunggah data perusahaan yang meliputi detail perusahaan, posisi yang dilamar, dan deskripsi pekerjaan melalui situs *Pro-step UMN* untuk memperoleh persetujuan dari dosen pembimbing magang dan kepala Program Studi Desain Komunikasi Visual. Setelah mendapatkan persetujuan, penulis mengajukan lamaran ke PT Summarecon Agung Tbk dengan melampirkan *curriculum vitae*, *portofolio*, transkrip nilai, dan surat lamaran melalui situs karier resmi Summarecon.

Pada bulan Juli 2025 pukul 14.00 WIB, pihak PT Summarecon Agung Tbk menghubungi penulis untuk melakukan konfirmasi terkait lamaran pada posisi *Graphic Design Intern*. Selanjutnya, penulis dihubungi oleh pihak *Human Resource (HR)* melalui pesan WhatsApp untuk penjadwalan *user interview* pada tanggal 7 Juli 2025 pukul 14.00 WIB melalui platform *Zoom Meeting*. Wawancara tersebut berlangsung selama kurang lebih 20 menit bersama *HR*, *supervisor*, dan calon mentor. Pada hari yang sama, pukul 16.00 WIB, penulis kembali dihubungi oleh pihak perusahaan dan dinyatakan diterima untuk menempati posisi *Graphic Design Intern* di perusahaan summarecon serpong. Penulis menerima tawaran tersebut dan segera melengkapi dokumen pernyataan magang sesuai ketentuan perusahaan. Berdasarkan kesepakatan, penulis dijadwalkan untuk memulai kegiatan magang pada tanggal 14 Juli 2025.

