

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan pada industri kreatif di Indonesia terjadi sangat pesat, karena dukungan teknologi dan tren audiens yang berganti seiring waktu berjalan. Di-era ini, tren pada industri kreatif yang sedang terjadi adalah penggunaan visual yang dinamis dalam komunikasi visual. Hal ini dapat membantu sebuah perusahaan atau merek, dikenal dan melekat pada audiens. Maka dari itu, perusahaan dan merek di industri kreatif dituntut melakukan pengembangan *visual branding* untuk bertahan.

Di-era digital yang menuntut kecepatan dan kejelasan informasi, identitas visual menjadi representasi pertama yang membentuk kesan terhadap suatu kehadiran (Santoso, 2018). Banyak dari perusahaan dan merek yang tidak dapat bersaing atau bertahan karena terlambat berkembang dari segi *visual branding*. Konten visual dapat membantu meningkatkan daya tarik dan keterlibatan audiens, serta memudahkan audiens dalam memahami informasi yang disampaikan (Indrianto, 2018). Dengan itu, dilakukan penyesuaian dalam mendominasi konten visual yang lebih dinamis, interaktif dan *engaging*. Baik pada media sosial maupun media tradisional lainnya. Hal ini sangat berpengaruh pada industri kreatif, terutama di sektor acara hiburan dan konser musik.

Salah satu perusahaan atau merek yang bergerak dalam bidang industri kreatif di Indonesia adalah Social Chic (PT Inti Sosial Kreasi Beekind). Social Chic berfokus sebagai penyedia hiburan di sektor musik, dengan menghadirkan berbagai artis nasional ternama. Selain itu, Social Chic juga menjadi media bagi para kaum hawa untuk melakukan aktivitas belanja, dengan mengadakan *event fashion & beauty brand*. Hal ini yang menjadi keunikan dan keunggulan Social Chic dari promotor konser musik lainnya. Dengan pengalaman sebagai promotor konser musik selama empat tahun, dan menggelar acara di berbagai kota besar Indonesia. Reputasi Social Chic dikatakan positif di mata masyarakat, maupun di media sosial.

Terlihat bahwa Social Chic menyelenggarakan festival musik dan belanja dari tahun ke tahun. Meskipun demikian, perkembangan visual branding yang dimiliki Social Chic masih bersifat statis dan terbatas pada perubahan tema dari tahun ke tahun. Padahal, untuk mempertahankan relevansi dan daya tarik di tengah persaingan promotor musik yang semakin ketat, diperlukan strategi visual branding yang lebih interaktif, dinamis dan *engaging*. Oleh karena itu, pengembangan *visual branding* berbasis *motion graphic* dipandang penting untuk mendukung keberlangsungan *visual branding* Social Chic. Karena terkesan lebih menarik dan memenuhi kebutuhan tren dari audiens yang lebih condong pada visual yang bergerak, tidak membosankan atau dinamis.

Melalui pengembangan ini, ide-ide atau pesan baru yang ingin dikomunikasikan terasa lebih *fresh*, dan dapat memberikan fleksibilitas dalam aspek *storytelling*. Oleh karena itu, lebih memungkinkan untuk menarik perhatian audiens dalam menerima komunikasi visual, dibandingkan dengan visual yang statis. Selain itu, *motion graphic* memiliki peran memperkuat posisinya sebagai promotor konser dengan karakteristik yang khas, serta pengembangan *visual branding* yang semakin kuat dimata publik.

Berdasarkan hal tersebut, penulis memilih Social Chic (PT Inti Sosial Kreasi Beekind) sebagai tempat magang karena perusahaan ini memiliki ruang lingkup kerja yang relevan dengan bidang *motion graphic* dan desain grafis, khususnya dalam pengembangan *visual branding* untuk festival musik dan *lifestyle*. Melalui kegiatan magang ini, penulis dapat berkontribusi langsung dalam merancang konten visual yang mendukung identitas Social Chic, sekaligus memperoleh pengalaman profesional mengenai penerapan *motion graphic* dalam industri kreatif. Dengan demikian, magang ini diharapkan mampu memberikan manfaat timbal balik, baik bagi perusahaan dalam bentuk pengembangan branding yang lebih dinamis, maupun bagi penulis dalam bentuk pengayaan keterampilan dan wawasan profesional dalam industri kreatif.

1.2 Tujuan Kerja

Pelaksanaan program magang merupakan salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh Gelar Sarjana Desain (S.Ds.) pada Universitas Multimedia Nusantara. Selain itu, penulis mengikuti program magang dengan beberapa tujuan yang ingin dicapai sebagai pembelajaran di masa depan. Tujuan-tujuan tersebut antara lain:

1. Memperoleh pengalaman kerja sebagai *Graphic Design Intern* untuk divisi *Team Creative* di Social Chic (PT Inti Sosial Kreasi Beekind). Serta membuka wawasan baru terkait sektor pekerjaan secara profesional di bidang industri kreatif, terutama penyelenggara festival musik dan *lifestyle*.
2. Meningkatkan kemampuan komunikasi penulis dalam berkoordinasi dan bekerjasama dengan orang atau divisi lain. Selain itu, menciptakan keterbiasaan dengan *workflow* yang sistematis.
3. Mempelajari dan meningkatkan berbagai *hardskill* terkait aktivitas sebagai *Team Creative* untuk Social Chic, seperti penyesuaian gaya desain penulis dengan gaya desain baru sesuai dengan *key visual*. Kemudian, memperluas ilmu terkait *motion graphic* dan animasi 3D untuk kebutuhan pengembangan *visual branding*. Selain itu, menciptakan berbagai konten media sosial, instalasi printing dan digital yang relevan dengan audiens atau pesan yang ingin disampaikan melalui komunikasi visual.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja

Linimasa program magang telah disusun menyesuaikan kebutuhan divisi *Creative*. Berikut merupakan penjelasan mengenai waktu dan prosedur pelaksanaan kerja magang yang dilakukan penulis.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja

Dalam melaksanakan program kerja magang, penulis mendapatkan beberapa ketentuan yang diberikan oleh Social Chic (PT Inti Sosial Kreasi Beekind) dan Universitas Multimedia Nusantara. Pelaksanaan kerja magang dilakukan selama 3 bulan dan 23 hari, lebih tepatnya magang dimulai pada

tanggal 26 Mei 2025 hingga 16 September 2025. Program magang dilaksanakan setiap hari Senin sampai dengan hari Jumat, secara *Work From Office* dari pukul 08.00 WIB – 17.00 WIB.

Ketika acara festival musik dengan berlangsung, penulis diwajibkan melakukan kegiatan kerja di kota, *venue* dan hotel yang disediakan Social Chic. Pada saat festival berlangsung, jam kerja yang diharuskan adalah pukul 10.00 WIB – 23.00 WIB. Karena menyesuaikan dengan mulainya festival (*open gate*) dan selesainya festival (*close gate*). Jam kerja seperti ini berlaku selama tiga hari ataupun sampai semua rangkaian festival selesai. Setelah itu, semua divisi atau pegawai Social Chic (PT Inti Sosial Kreasi Beekind) diliburkan selama satu sampai dua hari untuk mengganti hari kerja pada saat berlangsungnya hari festival.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja

Prosedur pelaksanaan program kerja magang yang penulis lakukan terbagi ke dalam dua fase utama yang saling berkesinambungan. Setiap fase memiliki tujuan, tahapan, serta aktivitas yang berbeda. Namun saling mendukung, sehingga keseluruhan proses magang dapat berjalan secara terstruktur, terarah, dan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan.

A. Pra-Magang

Fase pra-magang dilaksanakan meliputi proses pengetahuan, pendaftaran, seleksi dan penerimaan magang. Berikut merupakan proses yang telah dilakukan selama berlangsungnya fase pra-magang:

1. Pada tanggal 5 Mei 2025, penulis menerima informasi terkait ketersediaan lowongan *Graphic Design Internship* pada Social Chic (PT Inti Sosial Kreasi Beekind). Informasi tersebut didapatkan melalui kerabat atau teman satu almamater yang dikirim melalui *group chat* kelompok mata kuliah.
2. Kemudian penulis menginput beberapa nama perusahaan yang menyediakan lowongan magang pada tanggal 16 Mei 2025, salah

satunya adalah Social Chic (PT Inti Sosial Kreasi Beekind). Penulis melengkapi informasi terkait perusahaan tersebut untuk proses registrasi perusahaan pada *website* prostep.umn.ac.id.

3. Pada tanggal 22 Mei 2025, dari pihak Universitas Multimedia Nusantara atau *website* prostep.umn.ac.id memberikan status diperbolehkannya untuk melakukan program magang pada perusahaan tersebut. Oleh karena itu, penulis bisa membuat dan mendapatkan Cover Letter, yang akan diserahkan pada perusahaan untuk proses pengajuan lamaran magang.
4. Setelah mendapatkan status diperbolehkan dan Cover Letter, penulis mengirimkan Cover Letter, *Curriculum Vitae* (CV) dan Portofolio karya pribadi. Data tersebut dikirimkan pada salah satu perwakilan Social Chic (PT Inti Sosial Kreasi Beekind), pada tanggal 22 Mei 2025 melalui *platform email*.
5. Penulis mendapatkan respon dari perusahaan Social Chic pada tanggal 24 Mei 2025. Respon yang diberikan adalah undangan *interview* melalui Google Meet pada hari yang sama. Penulis dihadapi dengan dua orang kandidat yaitu, *Head Design Graphic* dan *Human Resource* (HR).
6. Pada tanggal 25 Mei 2025, penulis diberikan informasi terkait penerimaan sebagai *Graphic Design Internship* pada perusahaan Social Chic (PT Inti Sosial Kreasi Beekind) dan diberikan informasi untuk kehadirannya pada tanggal 26 Mei 2025 untuk memulai hari pertama program magang. Karena untuk mengikuti dan memasuki bulan baru perusahaan, serta dibutuhkannya tenaga desainer grafis dalam waktu dekat.

B. Pelaksanaan Magang

Beralih dari fase pra-magang, penulis mulai melaksanakan kegiatan program magang pada waktu yang sudah ditentukan oleh perusahaan yaitu tanggal 26 Mei 2025. Pada minggu pertama, magang dimulai dengan pengenalan tentang Social Chic. Selain itu, pengenalan area kantor dan berkenalan dengan berbagai divisi yang terlibat. Penulis juga diberikan briefing terkait Key Visual, Workflow dan sistem yang berlaku. Pada hari pertama, penulis sudah mulai diberikan pekerjaan untuk mendesain beberapa output seperti, desain ID Card & poster line up.

