

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era sekarang, teknologi telah memberikan dampak besar dalam berbagai aspek kehidupan terutama dalam bentuk digital. Pada era ini, pemasaran digital telah menjadi strategi yang sangat strategis dan penting bagi perusahaan dalam mencapai tujuan bisnis. *Digital marketing* melibatkan penggunaan teknologi digital seperti internet, media sosial, mesin pencari, dan perangkat *mobile*, untuk mempromosikan produk atau layanan serta berinteraksi dengan konsumen potensial (Haryanto, 2024). Konten desain grafis menjadi salah satu strategi *digital marketing* oleh perusahaan dalam mengembangkan *brand awareness* di kalangan masyarakat, konten-konten desain grafis nantinya akan diunggah ke media sosial sebagai media penyampaian informasi ke masyarakat mengenai produk maupun sebuah *brand*.

Magang menjadi salah satu kegiatan yang dirancang untuk memberikan pelatihan khusus kepada mahasiswa untuk meningkatkan keterampilan dalam bidangnya masing-masing sebagai persiapan kerja (Faridah, 2024). Magang juga dilakukan pada Universitas Multimedia Nusantara (UMN) dalam program studi Desain Komunikasi Visual yang mewajibkan mahasiswanya untuk melakukan magang pada semester 7, 8, ataupun di akhir sesuai dengan pilihan masing-masing. Penulis mengikuti program magang dan memasuki perusahaan dalam bidang *Food and Beverage* (F&B) sebagai salah satu wadah dalam mengembangkan *skill* desain komunikasi visual. Selain itu desain komunikasi visual (DKV) bukan hanya tentang estetika, tetapi juga tentang strategi membangun identitas merek yang kuat dan berkesan. Dengan penerapan DKV yang tepat, sebuah merek dapat menarik perhatian, membangun diferensiasi, serta meningkatkan loyalitas pelanggan. Bagi bisnis yang ingin berkembang di era digital, investasi dalam desain visual bukan lagi sekadar pilihan, melainkan menjadi kebutuhan yang tidak bisa diabaikan (Yurisma, 2025).

Penulis melakukan program magang secara spesifiknya berada di perusahaan es krim yaitu *brand ice cream* cokelat nomor 1 di Indonesia, halocoko di bawah sebagai anak cabang dari Aice Group (PT Aice Indonesia). PT Halocoko Ice Cream Indonesia merupakan salah yang bergerak dalam bidang makanan yaitu es krim. Berbeda dengan berbagai es krim lainnya, halocoko merupakan perusahaan spesialis es krim cokelat di Indonesia, menjalin kemitraan jangka panjang dengan salah satu produsen cokelat dan kakao terbaik di dunia, Cargill. halocoko dengan slogannya “*Chocolate Ice Cream, Choose halocoko*” memiliki visi menjadi merek es krim cokelat nomor 1 di Indonesia, misi untuk membawa kebahagiaan dengan menghadirkan es krim yang terjangkau, selalu tersedia di mana saja, dan memiliki nilai karakter baik, kemampuan belajar baik, dan kemampuan eksekusi yang baik. Dalam mengikuti program magang ini, penulis memperoleh banyak pengalaman, wawasan, koneksi, dan pengetahuan yang dapat mengembangkan *skill* dan pengalaman bekerja untuk ke depannya.

1.2 Tujuan Kerja

Berdasarkan ketentuan dari kampus, penulis mengikuti program *Internship Track 1* dari Universitas Multimedia Nusantara, dan penulis memutuskan untuk bergabung dengan perusahaan PT Halocoko Ice Cream Indonesia dengan merangkum berbagai tujuan kerja yaitu sebagai berikut.

1. Sebagai salah satu syarat kelulusan pendidikan strata 1 dan mendapatkan gelar sarjana desain (S.Ds.) di Universitas Multimedia Nusantara.
2. Meningkatkan kemampuan *soft skill* yaitu kemampuan dalam berkomunikasi, kemampuan berbahasa, bekerja sama dalam tim, manajemen waktu, serta kedisiplinan.
3. Meningkatkan kemampuan *hard skill* yaitu dalam mengoperasikan beberapa aplikasi untuk desain yaitu, Adobe Ilustrator, Adobe Photoshop (Ps), Adobe AfterEffect (AE), beberapa aplikasi ilustrasi seperti IbisPaint X.
4. Mendapatkan pembekalan dari profesional yang sudah memiliki pengalaman di bidang kreatif.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja.

Program studi untuk jurusan Desain Komunikasi Visual mewajibkan mahasiswanya dalam melaksanakan magang pada semester 7, 8, maupun di semester terakhir. Dalam melaksanakan program magang, mahasiswa diwajibkan untuk melaksanakan 640 jam untuk bekerja di perusahaan serta 207 jam menulis laporan dalam mengisi *daily task* yang terdapat di *website prostep* UMN sebagai validasi pelaksanaan magang. Berikut adalah penjabaran waktu dan prosedur pelaksanaan kerja di PT Halocoko Ice cream Indonesia.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja

Periode magang yang dilaksanakan oleh penulis berdurasi selama 4 bulan, mulai dari tanggal 18 Agustus 2025 hingga 17 Desember 2025. Waktu kerja penulis mulai dari hari Senin hingga hari Jumat dengan jam kerja yang telah ditentukan dari perusahaan yaitu dari jam 08.30 WIB sampai dengan jam 17.30 WIB serta pelaksanaan magang dilakukan secara *work from office* (WFO) yang berlokasi di Pantai Kapuk Indah (PIK)

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja

Prosedur yang dilakukan penulis berawal penulis mengikuti proses *Pre-Intership* dari kampus sebagai pembekalan dalam pelaksanaan magang pada semester berikutnya. Kemudian penulis mencari lowongan magang untuk dapat melaksanakan program magang pada semester berikutnya. Setelah mendapatkan informasi lowongan dari PT Halocoko Ice Cream Indonesia, penulis kemudian memproses dengan mengirim *Curriculum Vitae* (CV) kepada pihak *Human Resource* (HR) dari perusahaan pada tanggal 12 Agustus 2025 dan langsung diproses *interview* oleh HR melalui *online* di hari yang sama. Setelah melalui proses tahapan *interview*, pada tanggal 13 Agustus pihak HR dari perusahaan menginformasikan bahwa penulis dapat bergabung di perusahaan pada tanggal 18 Agustus 2025 sesuai dengan perjanjian jam dan menanda tangani kontrak magang pada hari tersebut dan melengkapi dokumen yang dibutuhkan perusahaan.