

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media sosial berperan penting sebagai penghubung antara produsen dan konsumen, sekaligus memiliki potensi untuk menemukan audiens baru serta membangun citra suatu produk atau merek (Hasaruddin & Melati, 2025). Oleh karena itu, seorang desainer grafis memiliki peran penting dalam strategi pemasaran untuk memastikan konsistensi citra merek yang kreatif, relevan, dan teratur guna meningkatkan keterhubungan dengan konsumen, memperluas jangkauan informasi, serta membedakan identitas merek dari kompetitor. Tidak hanya pada ranah digital, kebutuhan akan desain juga sama pentingnya dalam mendukung aktivitas promosi secara luring, seperti materi cetak, *billboard*, hingga media promosi lain dalam kegiatan distribusi atau penjualan. Desain memiliki peran krusial sebagai wajah komunikasi dalam kegiatan pemasaran yaitu untuk menyampaikan pesan perusahaan secara jelas, menarik, dan tepat sasaran (Cuhandi et al., 2025, p. 203).

PT Astra International Tbk. - Honda merupakan distributor sepeda motor Honda terbesar di Indonesia dengan jaringan yang tersebar di 12 wilayah. Sejalan dengan visinya, yaitu “menjadi *main dealer* terbaik dan *retailer* pilihan yang memberikan solusi melebihi harapan semua pihak”, serta misinya untuk memberikan nilai tambah dan pengalaman layanan yang mengesankan, Astra Motor secara konsisten menerapkan strategi promosi dan komunikasi visual guna memperkuat citra merek serta menjangkau konsumen secara lebih luas. Melalui penerapan elemen visual yang konsisten dan pesan yang persuasif, Astra Motor berhasil membangun identitas merek yang kuat dan menarik di berbagai media. Penulis melihat Astra Motor sebagai perusahaan yang terus berkembang dan memberikan lingkungan kerja yang profesional, membimbing, serta dinamis. Oleh karena itu, penulis meyakini bahwa pengalaman magang di Astra Motor akan menjadi kesempatan berharga untuk mempelajari strategi dan proses perancangan media promosi, khususnya dalam konteks industri distribusi otomotif.

Seusai melalui proses rekrutmen, penulis memperoleh kesempatan untuk menjalankan program magang di departemen *Retail Marketing & Channel* PT Astra Internasional Tbk. - Honda sebagai *Graphic Design Intern*. Pada posisi ini, penulis diberikan beragam tanggung jawab khususnya mencangkup materi promosi Astra Motor. Penulis diharapkan mampu menghasilkan desain yang menarik, jelas, dan sesuai dengan kebutuhan. Penulis juga berperan dalam mengolah dan mempersiapkan konten informatif untuk keperluan aktivasi media sosial *Sales Office* Astra Motor secara rutin. Terlepas dari materi promosi, terdapat juga beragam materi desain yang digunakan untuk internal perusahaan seperti keperluan meeting, proposal, event serta himbauan.

Sistem kerja yang diterapkan selama magang adalah *Work From Office* (WFO) di kantor pusat PT Astra International Tbk. – Honda. Dengan sistem kerja ini, penulis dapat terlibat secara langsung dalam dinamika perusahaan, berinteraksi dengan mentor maupun rekan kerja, serta memahami alur kerja profesional. Pengalaman ini diharapkan dapat menjadi bekal berharga bagi penulis dalam mengembangkan keterampilan, baik dari sisi teknis desain maupun *soft skill* yang mendukung dunia kerja di masa depan.

1.2 Tujuan Kerja

Pelaksanaan program kerja magang memiliki peran penting bagi penulis untuk menjembatani pengetahuan akademik dengan pengalaman kerja nyata. Dengan demikian, magang tidak hanya berfungsi sebagai pemenuhan kewajiban akademik, tetapi juga sebagai media pengembangan diri yang mendukung kesiapan menghadapi dunia kerja dapat diterapkan dalam lingkungan profesional. Berikut adalah tujuan pelaksanaan magang yang dijalani:

1. Memenuhi kewajiban akademik sebagai bagian dari kurikulum Program Studi Desain Komunikasi Visual di Universitas Multimedia Nusantara.
2. Memperoleh pengalaman praktis dalam bidang desain grafis sehingga mampu menyiapkan diri menghadapi dinamika dunia kerja.
3. Mengintegrasikan teori desain komunikasi visual yang dipelajari dalam perkuliahan dengan praktik kerja secara langsung di lingkungan perusahaan.

4. Meningkatkan keterampilan teknis (*hard skills*), seperti penggunaan *software* desain dan pengembangan ide kreatif, sekaligus mengasah keterampilan non-teknis (*soft skills*), antara lain komunikasi, kerjasama tim, manajemen waktu, serta adaptasi terhadap budaya kerja profesional.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja

Proses pelaksanaan Acceleration Program dimulai dengan mengajukan data perusahaan pada website Prostep Universitas Multimedia Nusantara. Setelah disetujui oleh pihak kampus, penulis baru dapat melanjutkan proses lamaran dan rekrutmen di perusahaan yang dipilih. Keseluruhan proses pelaksanaan secara lengkap dapat dilihat pada uraian di bawah ini.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja

Pelaksanaan magang di PT Astra International Tbk. - Honda berdurasi selama 6 bulan, dimulai dari 1 Juli hingga 31 Desember 2025. Jam kerja berlangsung pukul 08.00–17.00 WIB dengan sistem lima hari kerja, Senin sampai Jumat, serta libur di akhir pekan. Seluruh kegiatan magang dijalankan dengan sistem *Work From Office* (WFO) dan berlokasi di kantor pusat Astra Motor, Gedung AMDI B, Jl. Gaya Motor Raya No. 8, RW. 8, Jakarta Utara, 14330.

Pelaksanaan magang resmi dimulai pada 7 Juli 2025 karena proses wawancara dengan perusahaan baru dilakukan pada 30 Juni 2025. Dengan perhitungan jam kerja 08.00–17.00 WIB, total kebutuhan 640 jam kerja sebenarnya dapat tercapai sebelum akhir periode, namun, adanya hari libur nasional maupun izin probadi membuat jadwal penyelesaian mengalami penyesuaian.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja

Sebelum menuju seluruh proses rekrutmen dengan perusahaan, penulis diwajibkan untuk mengirimkan data lengkap perusahaan kepada universitas melalui situs Prostep UMN atau yang sebelumnya bernama Merdeka UMN. Mahasiswa diajurkan untuk mengajukan maksimal 10

alternatif perusahaan yang membuka lowongan pekerjaan yang relevan dengan bidang Desain Komunikasi Visual.

Berikut merupakan prosedur yang dilakukan penulis dalam melaksanakan kerja magang secara lengkap:

1. Penulis melihat lowongan pekerjaan *Graphic Design Intern* yang dipublikasikan oleh Astra Motor melalui Instagram CDC UMN pada 22 Juni 2025 dan segera mengajukan data perusahaan di website Prostep UMN untuk proses verifikasi dari Ketua Magang dan Kaprodi DKV UMN.
2. Pada tanggal 26 Juni 2025, penulis segera mengirimkan berkas lamaran berupa berupa CV dan portofolio *Graphic Design* kepada PT Astra Internasional Tbk. - Honda yaitu melalui email HRD yang disertakan pada unggahan Instagram CDC UMN.
3. Pada 30 Juni 2025, penulis menerima undangan wawancara dari HRD PT Astra Internasional Tbk. - Honda melalui pesan WhatsApp dan Email. Wawancara kemudian digelar di hari yang sama, pada pukul 16.00 – 16.30 WIB secara daring melalui Microsoft Teams.
4. Dalam sesi wawancara, penulis diminta untuk mempresentasikan portofolio kepada *Sub-Dept. Head* selaku user dan *Retail Promotion Analyst* selaku *Mentor* atau *Supervisor*. Sesi wawancara berlangsung dengan lancar sesuai dengan waktu yang diperkirakan di mana penulis diminta untuk memperkenalkan diri, menjelaskan secara singkat pengalaman sebelumnya serta kelebihan dan kekurangan yang dimiliki. Pewawancara melanjutkan sesi dengan menanyakan kembali terkait pengalaman-pengalaman kerja dan organisasi yang telah diikuti penulis sebelumnya seperti mengenai proses desain penulis, perangkat, serta program yang digunakan. Pewawancara juga menjelaskan secara lengkap mengenai *jobdesk* yang akan dijalankan oleh *Graphic Design Intern* serta memberi penulis kesempatan untuk bertanya.

5. Pada 1 Juli 2025, penulis menerima pemberitahuan hasil wawancara melalui Whatsapp, dimana penulis dinyatakan telah diterima sebagai *Graphic Design Intern* di PT Astra Internasional Tbk. - Honda pada pukul 09.17 WIB.
6. Pada 2 Juli 2025, penulis melakukan *survey* rute dan kunjungan ke kantor PT Astra Internasional Tbk. - Honda di Gedung AMDI B, Jl. Gaya Motor Raya No. 8, RW. 8, Jakarta Utara, 14330. Setelah memastikan lokasi dan rute, penulis menyampaikan konfirmasi kesediaan untuk memulai magang pada 7 Juli 2025.
7. Penulis diminta untuk mengirimkan data diri melalui Whatsapp mencangkup nama, tempat dan tanggal lahir, alamat, NIK, nomor telpon, universitas dan jurusan. Data tersebut dibutuhkan untuk pembuatan kontrak dan dokumen penerimaan magang.
8. Pada 3 Juli 2025, HRD mengirimkan dokumen-dokumen administrasi yang perlu dilengkapi oleh peserta magang untuk dikumpulkan pada Senin, 7 Juli 2025 secara fisik di kantor pusat Astra Motor.

Penulis memulai magang di periode magang pada 7 Juli 2025 hingga 31 Desember 2025 dengan durasi 6 bulan. Jam kerja magang adalah pada pukul 08.00 hingga 17.00 WIB dengan jam istirahat pada pukul 12.00 hingga 13.00 WIB. Seluruh aktivitas magang dilakukan secara luring *Work From Office* (WFO), lima hari dalam seminggu di kantor pusat Astra Motor, berlokasi di Gedung AMDI B, Jalan Gaya Motor Raya No. 8, RW 8, Jakarta Utara, 14330.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA