

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring perkembangan zaman, kebutuhan masyarakat akan hiburan, gaya hidup, dan pusat perbelanjaan semakin menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari. Menurut Suci dan Dewi (2018), pusat perbelanjaan kini tidak hanya sebagai tempat jual beli, melainkan telah berkembang menjadi ruang pengalaman yang menyatukan hiburan, gaya hidup, dan *branding*. Dalam konteks tersebut, industri ritel dan pusat perbelanjaan berperan besar dalam membentuk pola konsumsi serta gaya hidup masyarakat. Nada Arina Romli (2025) menyatakan bahwa desain grafis memiliki peran penting dalam menciptakan identitas merek yang menarik, mendorong penjualan, dan memberikan arahan kepada *target audience*. Dengan demikian, peran desainer grafis tidak hanya terbatas pada aspek visual semata, tetapi juga dapat berkontribusi dalam membangun pengalaman berbelanja yang menyenangkan dan berkesan.

Lippo Mall Nusantara merupakan salah satu pusat perbelanjaan yang berada di bawah naungan Lippo Malls Indonesia, bagian dari Lippo Group yang dikenal luas di bidang properti, ritel, dan pengelolaan pusat perbelanjaan di Indonesia. Mall ini merupakan hasil transformasi dari Plaza Semanggi yang kini dihadirkan dengan konsep baru yaitu ‘Nusantara’ yang menonjolkan kekayaan budaya Indonesia melalui desain interior, kuliner, dan pengalaman pengunjung. Menurut artikel *Kompas.com*, Lippo Mall Nusantara menghadirkan area kuliner bernama *Living Alun Alun Nusantara* dengan lebih dari 200 tenant UMKM yang menampilkan ragam makanan daerah sebagai bagian dari upaya memperkenalkan cita rasa Nusantara kepada masyarakat. Selain itu, laporan *Economic Zone* (2025) menjelaskan bahwa renovasi mall ini juga mengusung elemen desain yang terinspirasi dari tiga unsur Nusantara, yaitu air, tanah, dan langit.

Alasan penulis memilih Lippo Mall Nusantara sebagai tempat magang adalah karena perusahaan ini memiliki sistem kerja yang profesional dan terstruktur serta reputasi yang baik dalam mengelola berbagai kegiatan promosi dan event. Melalui kesempatan ini, penulis melihat peluang untuk memahami bagaimana peran desainer grafis berkontribusi secara langsung dalam mendukung strategi komunikasi pemasaran sebuah pusat perbelanjaan besar. Selain itu, penulis juga tertarik untuk mempelajari proses kreatif dan teknis di dunia kerja yang sesungguhnya, mulai dari tahap perencanaan hingga implementasi konsep visual dalam berbagai media promosi.

Selama menjalani magang, penulis ditempatkan sebagai *Graphic Designer Intern* di bawah divisi *Marketing Communication (MarCom)*, serta turut berkontribusi dalam pembuatan *signage* dan materi visual untuk keperluan operasional mall. Dalam posisi ini, penulis terlibat dalam berbagai proyek seperti pembuatan materi promosi acara, desain media sosial, sampai desain petunjuk arah dan papan informasi di area mall. Tujuan dari pelaksanaan magang ini adalah untuk meningkatkan kemampuan *soft skill* seperti komunikasi, kerja sama tim, serta manajemen waktu, dan juga *hard skill* seperti penguasaan perangkat lunak desain, pemahaman sistem kerja profesional, serta penerapan prinsip desain dalam konteks ruang publik. Selain itu, penulis berharap pengalaman ini dapat menjadi sarana untuk mengasah kreativitas, memperluas pengetahuan tentang industri kreatif dan operasional mall, serta belajar bagaimana menerapkan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan dalam konteks dunia kerja nyata. Dengan begitu, kegiatan magang ini diharapkan menjadi langkah awal yang berharga dalam membangun karier di bidang desain komunikasi visual.

1.2 Tujuan Kerja

Dalam pelaksanaan magang di Lippo Mall Nusantara, penulis menetapkan beberapa tujuan yang ingin dicapai selama kegiatan berlangsung. Tujuan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Desain pada program studi Desain Komunikasi Visual di Universitas Multimedia Nusantara.
2. Sarana untuk menambah pengalaman profesional di bidang desain grafis dan komunikasi visual, khususnya dalam industri ritel dan manajemen pusat perbelanjaan.
3. Kesempatan untuk mengasah kemampuan *soft skill* seperti komunikasi, kerja sama tim, dan manajemen waktu dalam lingkungan kerja profesional.
4. Media untuk mengembangkan *hard skill* seperti penguasaan perangkat lunak desain, pembuatan materi promosi, serta penerapan prinsip desain dalam konteks nyata.
5. Wahana pembelajaran untuk memahami peran desainer grafis dalam mendukung strategi komunikasi pemasaran, pembuatan signage, dan aktivitas operasional di Lippo Mall Nusantara.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja

Berikut adalah rincian waktu dan tahapan pelaksanaan program. Mulai dari proses melamar hingga menyelesaikan kegiatan magang yang telah dijalani oleh penulis.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja

Penulis melaksanakan kegiatan magang di Lippo Mall Nusantara mulai tanggal 18 Juni 2025 hingga 31 Oktober 2025. Ketentuan pemenuhan jam kerja berupa 640 jam kerja sesuai dengan ketentuan kampus, dan 207 jam bimbingan laporan magang atau pengerjakan laporan. Kegiatan magang dilaksanakan full WFO (*Work From Office*) yang berlokasi di Jl. Jend. Sudirman No. 50, Karet Semanggi, Kecamatan Setiabudi, Jakarta Selatan. Jam kerja ditetapkan setiap hari Senin hingga Jumat, mulai pukul 09.00 WIB hingga 18.00 WIB, dengan total 9 jam kerja per hari.

Dalam program magang ini, penulis ditempatkan sebagai *graphic designer intern* di dalam grup *Marketing Communication (MarCom)*. Selama pelaksanaan magang, penulis berada di bawah bimbingan salah satu desainer grafis bernama Faira Tri Anjayani di Lippo Mall Nusantara yang bertugas sebagai supervisor.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja

Dalam menjalankan program magang ini, penulis melalui beberapa tahapan prosedur sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh Universitas Multimedia Nusantara. Proses tersebut dimulai dari tahap persiapan administrasi, pencarian tempat magang, proses seleksi, hingga akhirnya diterima dan menjalankan program magang di Lippo Mall Nusantara.

Adapun prosedur yang dijalani sebagai berikut:

1. Penulis melakukan Kartu Rencana Studi (KRS) untuk mengikuti mata kuliah *Pre-Internship* sebanyak 20 SKS.
2. Pada 25 Agustus 2025, penulis mengikuti kegiatan *briefing*/pembekalan magang yang dilaksanakan di Function Hall Gedung A Universitas Multimedia Nusantara oleh koordinator magang.
3. Penulis mencari dan menyeleksi beberapa lowongan magang melalui Instagram, LinkedIn, dan info *Career Development Centre (CDC)* UMN sejak bulan Juni 2025, kemudian mendaftarkan pilihan perusahaan melalui website prostep.umn.ac.id untuk mendapatkan persetujuan dari *Person In Charge (PIC)* dan *Head of Department*.
4. Setelah melalui proses *approval* oleh pihak kampus, penulis kemudian melamar secara mandiri dengan mengirimkan CV, cover letter, dan portofolio ke perusahaan-perusahaan tersebut.
5. Pada 3 Juni 2025, penulis mendapatkan kabar telah lulus tahap *screening* dan lanjut menjalani tahap seleksi berupa tes pembuatan Key Visual Design.

6. Penulis kemudian mengikuti wawancara offline pada 5 Juni 2025 di kantor manajemen Lippo Mall Nusantara.
7. Penulis dinyatakan terima dan menyelesaikan administrasi berupa pengisian form magang pada 9 Juni 2025, penulis resmi dinyatakan diterima sebagai *graphic designer intern*.
8. Program magang dimulai pada 18 Juni 2025, di bawah bimbingan Faira Tri Anjayani, graphic designer pada divisi *Marketing Communication* (MarCom) Lippo Mall Nusantara.

