

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Program magang merupakan program praktik yang diselenggarakan Universitas Multimedia Nusantara (UMN) untuk memberikan kesempatan bagi mahasiswa merasakan pengalaman kerja nyata di perusahaan atau instansi. Program ini bertujuan agar mahasiswa tidak hanya memahami teori, tetapi juga memperoleh wawasan praktis dan keterampilan profesional sesuai bidang kompetensi yang dikuasai, baik di ranah akademik maupun non-akademik.

Di UMN, program ini dinamakan Career Acceleration Program, yang menjadi tahapan wajib sekaligus syarat kelulusan bagi mahasiswa aktif Desain Komunikasi Visual (DKV) yang telah memasuki semester 7 atau 8. Dalam ketentuannya, mahasiswa diwajibkan menempuh minimal 640 jam kerja di perusahaan serta 207 jam untuk penyusunan laporan dan bimbingan, dengan total beban kerja setara 20 SKS dalam sistem perkuliahan. Yang artinya program magang ini bukan sekadar kegiatan tambahan, melainkan bagian dari kurikulum untuk mempersiapkan mahasiswa menghadapi dunia kerja profesional.

Sebelum menjalani tugas akhir, pada semester 7 penulis memilih untuk mengikuti program magang ini terlebih dahulu dan memulainya dengan mempertimbangkan bidang industri yang relevan dengan minat dan tujuan karier. Penulis memiliki ketertarikan untuk terjun lebih dalam pada industri periklanan dan *branding*, karena dalam keseharian sering menemukan kampanye iklan yang kreatif, inovatif, dan mampu membentuk persepsi masyarakat terhadap sebuah produk atau *brand*. Kombinasi antara kreativitas iklan dan kekuatan *branding* mendorong penulis untuk mencari perusahaan yang bergerak di kedua bidang tersebut. Pada akhirnya, penulis memilih Lup (PT. Jejak Kreatif Indonesia) sebagai tempat magang, karena Lup menawarkan layanan periklanan yang berfokus pada

kampanye dan *brand activation*, yang di dalamnya juga mencakup aspek *branding* sebagai penentu *tonality* setiap proyek.

Lup adalah agensi kreatif yang didirikan oleh Albert Chan pada awal 2020 dan berlokasi di Cilandak, Jakarta. Sejak berdiri, Lup telah dipercaya menangani berbagai brand besar, seperti Djarum, Heineken, MLD Sport, S26, hingga BFGoodrich. Agensi ini dikenal dengan pendekatan kreatif yang membuat setiap kampanye atau aktivitas yang dihasilkan menjadi unik dan berkesan. Selain itu, Lup juga memiliki budaya internal yang menarik, misalnya program LupBall Match dan LupTattoo, LupPadel yang dirancang untuk menonjolkan individualitas anggota tim sekaligus memperkuat kebersamaan di lingkungan kerja.

Penulis merasa sejalan dengan visi dan nilai yang dibawa oleh Lup. Ketertarikan utama penulis terletak pada bidang iklan dan *branding* yang memang difasilitasi melalui departemen *activation*. Departemen ini fokus pada strategi pemasaran yang menciptakan interaksi bermakna antara merek dan konsumennya, baik melalui acara, *pop-up store*, dan kampanye media sosial. Strategi ini sering menggunakan pendekatan pemasaran berbasis pengalaman untuk membangun kesan yang mendalam dan bertahan lama di benak audiens (Dentsu, 2024). Dengan bergabung di departemen ini, penulis berharap dapat merasakan langsung dinamika periklanan dan branding dalam skala profesional.

Oleh karena itu, magang di Lup tidak hanya menjadi kewajiban akademis untuk memenuhi syarat kelulusan Sarjana Desain Komunikasi Visual di UMN, tetapi juga merupakan kesempatan berharga untuk mengembangkan diri. Pengalaman ini diharapkan dapat memperkaya keterampilan praktis, menambah wawasan industri, serta menjadi bekal penting dalam perjalanan karier penulis di masa depan. Dengan semangat dan dedikasi, penulis berkomitmen menjalani program ini sebagai bagian dari proses menuju kelulusan sekaligus langkah awal memasuki dunia profesional.

## 1.2 Tujuan Magang

Alasan penulis memilih magang di perusahaan Lup adalah karena reputasinya yang kuat dalam industri kreatif, khususnya di bidang periklanan dan *brand activation*, yang bahkan telah meraih sejumlah penghargaan. Melalui pengalaman ini, penulis berharap dapat mengembangkan baik *hard skill* maupun *soft skill*. Adapun beberapa tujuan magang yang dapat diperoleh di Lup antara lain:

1. Menjadi salah satu syarat utama untuk kelulusan program Sarjana Strata 1 Desain di Universitas Multimedia Nusantara.
2. Mendapatkan banyak pengalaman berharga sekaligus membuka peluang baru untuk belajar di industri kreatif.
3. Menjalin koneksi baru dengan rekan kerja yang berpotensi berkolaborasi di masa depan agar dapat membantu peluang karir penulis sebagai desainer grafis.
4. Mengasah *hard skill* keterampilan desain grafis melalui penggunaan aplikasi Procreate, dan software Adobe Creative Cloud, khususnya Photoshop, Illustrator, Adobe Lightroom, dan After Effects.
5. Mengasah *soft skill* berupa kemampuan bekerja sama dalam tim, kritis dalam bertanya, solutif, kritis dalam *brainstorming*, dan *time management* di perusahaan.

## 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang

Sebelum mendaftarkan diri ke perusahaan magang yang diminati, penulis terlebih dahulu menyeleksi tempat magang yang sesuai dengan kriteria yang telah ditetapkan oleh program studi Desain Komunikasi Visual UMN. Setelah itu, terdapat alur waktu yang menjelaskan proses mulai dari pendaftaran hingga pelaksanaan magang sesuai kesepakatan yang telah ditentukan bersama.

### 1.3.1 Waktu Pelaksanaan Magang

Penulis menjalani magang di agensi Lup mulai 4 Agustus 2025 hingga 4 Desember 2025 dengan rata-rata durasi kerja 8–11 jam per hari. Sesuai ketentuan kelulusan, mahasiswa diwajibkan menempuh minimal 640 jam

kerja. Namun, berdasarkan kontrak yang telah disepakati, penulis mengikuti program magang selama 4 bulan, mencakup 90 hari kerja dengan total 712 jam kerja.

Sistem kerja yang diterapkan adalah *hybrid*, yaitu *Work From Office* (WFO) minimal tiga kali seminggu dan *Work From Anywhere* (WFA) dua kali seminggu pada hari kerja (Senin–Jumat). Jam kerja berlangsung dari pukul 09.00–18.00 WIB dengan waktu istirahat makan siang pada pukul 12.00–13.00 WIB.

Meskipun aturan *hybrid* berlaku, penulis sering memilih WFO penuh (Senin–Jumat) bersama karyawan lain. Hal ini dilakukan karena diskusi proyek umumnya lebih efisien ketika seluruh tim hadir langsung di kantor.

### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Magang**

Sebelum memasuki semester 7 penulis terlebih dahulu melakukan bimbingan akademik dengan dosen pembimbing akademik untuk memastikan Indeks Prestasi Semester (IPS) dan jumlah Satuan Kredit Semester (SKS) yang ditempuh telah memenuhi syarat mengikuti program magang. Rangkaian kegiatan yang penulis jalani selama proses pelaksanaan magang pada semester 7 dimulai dengan melakukan *pre-enrollment* melalui website my.umn dan memilih *internship track* 1. Selanjutnya, penulis mengikuti *briefing* magang di Function Hall UMN yang berisi penjelasan mengenai syarat serta teknis pelaksanaan program magang. Pada tahap selanjutnya, penulis mengajukan tempat magang melalui website prostep.umn.ac.id untuk mendapatkan persetujuan dan *cover letter* dari pihak kampus.

Pada tahap pendaftaran, pada 23 Juli 2025 penulis mengirimkan *cover letter* dari UMN, *curriculum vitae* dan portofolio ke e-mail agensi Lup. Setelah itu pada tanggal 28 Juli 2025 penulis akhirnya mendapatkan jawaban melalui WhatsApp dari pihak Lup untuk mengikuti wawancara dengan *human resource, founder, creative director*, sekaligus *user* perusahaan pada

31 Juli 2025, dan pada hari yang sama dinyatakan diterima sebagai *art-based intern*.

Setelah wawancara, penulis menunggu selama 3 jam sebelum mendapat kabar pada hari yang sama, bahwa penulis dinyatakan lolos sebagai *art-based intern* di Lup, dan dapat memulai kerja pada tanggal 4 Agustus 2025. Setelah itu, pada 1 Agustus 2025, *supervisor* mengirimkan surat *acceptance letter* magang melalui WhatsApp yang disertai masa kontrak mulai kerja di tanggal 4 Agustus hingga 4 Desember 2025. Penulis kemudian melanjutkan ke tahapan selanjutnya, yaitu melakukan *complete registration* di situs prostep.umn.ac.id untuk memperoleh kartu MBKM *internship track*

Mengacu pada ketentuan magang dari UMN, penulis diwajibkan melaporkan aktivitas magang harian melalui menu *daily task* di situs prostep.umn.ac.id, yang secara berkala harus di *approve* oleh *supervisor*. Dalam pengalaman penulis, *supervisor* yang dianjurkan oleh Perusahaan adalah *human resource* dan bukan *user*. Selain itu, penulis juga harus menyerahkan perkembangan penyusunan laporan magang ke *advisor* (dosen pembimbing) dan diberikan persetujuan.

