

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Career Acceleration Program merupakan program wajib Universitas Multimedia Nusantara yang dirancang untuk memberikan pengalaman langsung kepada mahasiswa dalam dunia kerja. Program ini bertujuan memperluas wawasan sekaligus mengasah keterampilan *hard skill* dan *soft skill* di lingkungan profesional, khususnya di sektor industri kreatif. Dalam pelaksanaannya, mahasiswa diwajibkan menempuh minimal 640 jam di perusahaan serta 207 jam untuk penyusunan laporan dan bimbingan, yang setara dengan 20 SKS. Seluruh proses kegiatan ini dilakukan melalui website *prostep.umn.ac.id*. Selain memperoleh pengalaman profesional, mahasiswa juga berkesempatan memperluas relasi dan membangun jaringan profesional yang bermanfaat bagi pengembangan karir kedepannya.

Perkembangan media sosial telah mengubah cara perusahaan menjalin hubungan dengan konsumen. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi antar individu, melainkan menjadi platform strategis untuk membangun identitas *brand* dan memperluas peluang pemasaran (DJKN, 2024). Hal ini menegaskan, peran seorang *social media designer* sangat penting di era digital, yaitu untuk mengemas informasi dan mempromosikan secara visual agar pesan dapat tersampaikan dengan efektif (Jobstreet, 2024). *Visual merchandising* juga berkembang pesat dalam industri ritel dan *fashion*. Strategi penataan produk yang menarik dinilai efektif dalam memenuhi kebutuhan konsumen sekaligus menciptakan pengalaman belanja yang berkesan (Aulia, 2023). *Visual merchandising* adalah seni menampilkan produk secara menarik di toko atau ruang ritel untuk meningkatkan minat beli (Larasati, 2024). *Visual merchandising* berperan penting karena calon konsumen kerap membentuk kesan pertama melalui tampilan produk maupun suasana toko (Larasati, 2024). Pengaruh *Visual merchandising* menunjukkan bahwa elemen warna, pencahayaan, properti, desain,

window display, floor merchandising, dan promotional signage memberikan pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Aulia, 2023). Dengan demikian implementasi *visual merchandising* lebih dari sekedar seni menata produk, melainkan juga memperkuat citra merek, menciptakan pengalaman belanja yang lebih menyenangkan, mendorong terjadinya pembelian impulsif dan meningkatkan loyalitas pelanggan (Fetrianggi, 2022).

Salt&Co merupakan konsultan dan pelatihan *visual merchandising* yang berfokus pada pengembangan strategi *retail fashion* melalui enam bidang utama, yaitu *Merchandising, Visual Merchandising, Operations, Store Concept, Marketplace* dan *Content Brands*. Selain memberikan solusi pada aspek fisik ritel, Salt&Co juga aktif memanfaatkan media sosial sebagai bagian dari strategi pemasaran untuk memperlihatkan portofolio, memperkuat citra perusahaan, serta meningkatkan keterhubungan dengan klien. Konten media sosial yang menarik dan tepat sasaran terbukti mampu meningkatkan *brand image* dan memperluas jangkauan audiens (Nugraini & Kustini, 2024). Selain itu, media sosial juga berperan dalam meningkatkan kepercayaan dan *brand awareness*, sehingga strategi visual tidak hanya diterapkan pada ruang ritel, tetapi juga melalui penyajian konten digital yang konsisten (Prasetya et al., 2025).

Alasan penulis memilih Salt&Co sebagai tempat magang dengan posisi *social media designer intern* karena relevan dengan latar belakang penulis di bidang desain komunikasi visual. Penulis bertanggung jawab merancang desain konten, mengedit video, serta menulis *caption* untuk kebutuhan publikasi. Melalui pengalaman ini, penulis berharap dapat meningkatkan keterampilan dalam menciptakan konten visual yang menarik, memahami strategi komunikasi visual yang diterapkan dalam pengelolaan media sosial, serta memperoleh pengalaman nyata yang dapat mendukung pengembangan karir, khususnya dalam ranah *branding* dan media sosial.

1.2 Tujuan Kerja

Dalam pelaksanaan magang di Salt&Co, penulis berperan sebagai *social media designer intern* dengan tujuan yang ingin dicapai sebagai berikut:

1. Memenuhi salah satu persyaratan akademik kelulusan untuk memperoleh gelar S1 Desain Komunikasi Visual di Universitas Multimedia Nusantara.
2. Menambah wawasan serta pengalaman kerja nyata sebagai *social media designer*, khususnya dalam merancang konten visual dan menjaga konsistensi identitas perusahaan.
3. Mengembangkan kreativitas sekaligus meningkatkan keterampilan *hard skill* di bidang desain grafis, *branding*, dan sosial media, yang diperoleh selama perkuliahan, serta mengaplikasikannya pada proyek nyata dalam bentuk materi visual konten.
4. Melatih kemampuan *soft skill* seperti komunikasi, manajemen waktu, serta kerjasama tim dalam penyelesaian tugas.
5. Menambah portofolio penulis dengan hasil karya dan pengalaman profesional dari pelaksanaan magang.
6. Memperluas relasi profesional serta memahami budaya kerja di industri kreatif.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja

Pelaksanaan magang di Salt&Co sebagai *social media designer intern* berlangsung sesuai prosedur yang ditetapkan oleh Universitas Multimedia Nusantara. Durasi kerja minimal 640 jam bersama *supervisor*, ditambah 207 jam bersama *advisor* untuk bimbingan penyusunan laporan. Berikut adalah penjelasan mengenai waktu dan prosedur kerja yang dilakukan.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja

Pelaksanaan kerja magang di Salt&Co berlangsung selama 4 bulan atau setara dengan 640 jam, terhitung sejak bulan Agustus hingga Desember 2025, dengan ketentuan jam dan hari kerja sebagai berikut:

Periode mulai magang : 18 Agustus 2025

Periode selesai magang : 18 Desember 2025

Hari : Senin – Jumat

Jam kerja : 8.00 – 17.00 WIB

Selama pelaksanaan, kegiatan magang dilakukan secara *work from home* sesuai ketentuan dari perusahaan, mengingat sistem kerja Salt&Co sendiri bersifat fleksibel. Namun, penulis beberapa kali ikut melakukan *visit store* untuk melakukan liputan langsung sebagai kebutuhan konten Instagram.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja

Dalam melaksanakan kegiatan kerja magang, penulis mengikuti sejumlah prosedur yang telah ditetapkan. Tahapan pelaksanaan kegiatan dalam Program Career Acceleration adalah sebagai berikut:

1. Setiap mahasiswa/i yang mengikuti Program Career Acceleration diwajibkan untuk mengikuti *briefing* magang. Penulis mengikuti *briefing* magang pada tanggal 25 Juli 2025 yang dilaksanakan secara *offline* di kampus. Tujuan *briefing* ini adalah untuk memahami prosedur, kewajiban serta alur pelaksanaan magang yang harus dipenuhi selama magang.
2. Penulis mencari informasi lowongan magang melalui berbagai platform digital, seperti email CDC UMN, Linkedin, Instagram dan website karir.
3. Setelah itu, penulis menyusun 10 daftar perusahaan yang akan dituju. Sebelum melamar, penulis mengajukan *form registration* di website *prostep.umn.ac.id* yang kemudian akan diperiksa oleh Koordinator Magang dan Kepala Prodi Desain Komunikasi Visual.
4. Setelah menerima verifikasi dari Koordinator Magang dan Kaprodi, serta mendapatkan *cover letter* resmi dari kampus.

Penulis mulai mengajukan lamaran magang dengan mengirimkan *cover letter*, *curriculum vitae*, dan portofolio ke beberapa perusahaan yang sudah di verifikasi sebelumnya.

5. Dari proses tersebut, penulis mendapatkan pemberitahuan lolos seleksi CV dan masuk ke tahap wawancara. Namun, setelah wawancara tidak ada pemberitahuan lanjutan dari perusahaan.
6. Setelah menunggu cukup lama penulis mendapatkan rekomendasi Salt&Co sedang membutuhkan *social media designer* sehingga penulis segera mengirimkan CV dan portofolio.
7. Pada tanggal 12 Agustus 2025, penulis menerima surat keterangan diterima magang dan mendapatkan kesempatan untuk wawancara dengan Salt&Co yang dilaksanakan pada 15 Agustus 2025 secara daring.
8. Pada tanggal 15 Agustus 2025, penulis menerima pemberitahuan melalui Whatsapp berupa *Letter of Acceptance (LoA) Internship* yang menyatakan bahwa penulis diterima di Salt&Co sebagai *social media designer intern*, dengan jadwal mulai melaksanakan magang pada tanggal 18 Agustus 2025, secara *work from home*. Penulis mengunggah *Letter of Acceptande (LoA)* ke website *prostep.umn.ac.id* untuk kelengkapan dokumen dan melakukan *complete registration* agar selanjutnya dapat bisa mengisi *daily task* selama magang. Setelah itu, penulis mendapatkan MBKM Internship Track 1 Card (MBKM 02) sebagai bukti bahwa penulis telah resmi mengikuti kerja magang di Salt&Co.
9. Pada tanggal 18 Agustus 2025, penulis resmi memulai hari pertama magang. Dimulai dengan pengenalan, kemudian penulis diberikan tugas untuk membuat konten sekaligus mengubah tampilan visual Instagram Salt&Co.
10. Selama periode magang berlangsung, penulis menjalani bimbingan periode 1 terkait penyusunan laporan bersama *advisor*

sebanyak empat kali. Seluruh hasil bimbingan kemudian diunggah pada portal *prostep.umn.ac.id* sebagai salah satu syarat untuk pelaksanaan evaluasi 1.

11. Evaluasi 1 dilaksanakan pada tanggal 13–17 Oktober 2025, merupakan proses penilaian awal yang dilakukan oleh *supervisor* perusahaan dan *advisor* tanpa melalui sidang presentasi.
12. Bimbingan periode 2 juga wajib dilakukan minimal empat kali sebelum memasuki tahap evaluasi 2, yang dilaksanakan pada tanggal 1–5 Desember 2025.
13. Setelah penyusunan laporan magang selesai, menempuh 640 jam kegiatan magang bersama *supervisor* di perusahaan, 207 jam bimbingan laporan bersama *advisor* dan 8 kali bimbingan, penulis melanjutkan ke tahap MBKM 4 dengan melakukan proses verifikasi serta mendapatkan persetujuan dari *supervisor* dan *advisor* sebagai syarat mengikuti sidang magang yang dilaksanakan pada tanggal 8 Desember 2025, dengan mengunggah laporan akhir beserta seluruh lampiran dokumen pendukung pada website *prostep.umn.ac.id*.
14. Pada tanggal 10 Desember 2025, penulis mengikuti sidang laporan magang, ketua sidang dan penguji memberikan penilaian atas hasil kegiatan magang yang telah dilaksanakan.