

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital dalam beberapa tahun terakhir telah membawa perubahan signifikan dalam praktik komunikasi pemasaran. Dalam konteks pemasaran modern, kemajuan teknologi informasi dan komunikasi mendorong organisasi untuk memanfaatkan berbagai kanal digital, seperti media sosial, iklan daring, dan platform berbasis internet, sebagai bagian dari strategi komunikasi mereka. Kotler et al. (2022) menjelaskan bahwa perkembangan teknologi digital tidak hanya menambah pilihan media komunikasi, tetapi secara fundamental mengubah cara organisasi berinteraksi dan membangun hubungan dengan konsumennya. Perubahan ini menuntut organisasi untuk mengelola komunikasi pemasaran secara lebih terintegrasi dan adaptif terhadap perilaku audiens yang semakin dinamis.

Meskipun kanal digital semakin dominan dalam praktik pemasaran, perubahan tersebut tidak serta-merta menggeser peran media non-digital. Dalam konteks komunikasi yang menuntut pemahaman pesan yang lebih mendalam dan pemrosesan informasi, media cetak masih menunjukkan relevansi yang signifikan. Sejumlah kajian akademik menunjukkan bahwa media cetak memiliki keunggulan tersendiri dibandingkan media digital, khususnya dalam hal pemrosesan informasi dan daya ingat audiens. Venkatraman et al. (2021), dalam penelitian yang membahas efektivitas iklan cetak dan digital dari perspektif memori, menunjukkan bahwa iklan cetak mampu memicu proses memori yang lebih dalam dibandingkan iklan digital. Karena bentuknya yang fisik, dapat disentuh, dibolak-balik, dan dilihat lebih dekat maka informasi dari materi cetak cenderung tersimpan lebih lama di benak pembaca. Penelitian tersebut menemukan bahwa *print ads* menghasilkan tingkat *recall* yang lebih tinggi dan lebih konsisten,

sehingga pesan yang disampaikan bukan hanya terlihat sekali, tapi benar-benar diproses dan diingat oleh audiens.

Temuan tersebut diperkuat oleh jurnal *Scientific Study Comparing Digital Advertising and Print Advertising* (2023), yang menunjukkan bahwa materi cetak memberikan pengalaman membaca yang lebih fokus dan minim distraksi dibandingkan media digital. Studi ini menegaskan bahwa meskipun media digital unggul dalam penyebaran dan mendorong respon instan, media cetak lebih efektif dalam membangun pemahaman pesan dan keterlibatan kognitif audiens secara berkelanjutan.

Dalam konteks organisasi non-profit yang bergerak di bidang lingkungan dan pemberdayaan masyarakat, karakteristik media cetak tersebut menjadi relevan. Lembaga Alam Tropika Indonesia (LATIN) merupakan organisasi yang mengembangkan berbagai program edukatif berbasis isu sosial dan lingkungan, yang membutuhkan media komunikasi yang mampu menyampaikan informasi secara jelas, ringkas, dan mudah dipahami oleh audiens yang beragam. Salah satunya program utama yang dikembangkan LATIN adalah program *experiential learning*, yaitu pendekatan pembelajaran langsung di alam yang dirancang untuk meningkatkan pemahaman, kesadaran, dan kepedulian peserta terhadap lingkungan.

Dalam konteks akademik, *experiential learning* dipahami sebagai pendekatan pembelajaran yang menempatkan pengalaman sebagai sumber utama proses belajar. Kolb (2015) menjelaskan bahwa pembelajaran terjadi melalui proses transformasi pengalaman, yang mencakup tahapan mengalami secara langsung (*concrete experience*), melakukan refleksi atas pengalaman tersebut (*reflective observation*), membentuk pemahaman konseptual (*abstract conceptualization*), serta menerapkan kembali pemahaman tersebut dalam tindakan (*active experimentation*). Melalui siklus ini, pengalaman diposisikan sebagai bagian dari proses reflektif yang membentuk pengetahuan dan kesadaran peserta. Oleh karena itu,

experiential learning dalam konteks program LATIN tidak sekedar merujuk pada kegiatan di alam, tetapi pada proses pembelajaran yang menghubungkan pengalaman lapangan dengan pemaknaan terhadap isu sosial dan lingkungan.

Untuk mendukung kebutuhan komunikasi program tersebut, penggunaan *leaflet* sebagai media promosi menjadi pilihan yang tepat. *Leaflet* memungkinkan LATIN menyampaikan informasi penting seperti tujuan kegiatan, manfaat, bentuk aktivitas, hingga kontak layanan dalam satu media yang ringkas, mudah dibagikan, dan dapat dibaca kembali oleh audiens. Karakteristik ini menjadikan *leaflet* relevan sebagai media pengenalan program *experiential learning* yang tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga mendukung proses pemahaman awal audiens terhadap nilai dan pendekatan pembelajaran yang ditawarkan.

Selain relevan dengan kebutuhan komunikasi organisasi, perancangan *leaflet* ini juga sejalan dengan kompetensi yang penulis pelajari selama mengikuti mata kuliah *Creative Media Production* serta *Art, Copywriting, & Creative Strategy*. Pada mata kuliah *Creative Media Production*, penulis mempelajari bagaimana sebuah media visual dirancang secara sistematis mulai dari perencanaan konsep, pemilihan elemen visual, hingga produksi materi yang komunikatif dan efektif.

Sementara itu, melalui mata kuliah *Art, Copywriting, & Creative Strategy*, penulis belajar menyusun pesan secara kreatif dan strategis melalui pemilihan kata, *tone* komunikasi, dan teknik persuasi yang tepat. Kemampuan ini berperan penting dalam menentukan gaya penulisan dan narasi yang digunakan dalam *leaflet*, sehingga setiap informasi yang disampaikan tidak hanya informatif, tetapi juga mampu menarik minat pembaca. Kombinasi antara visual yang efektif dan *copywriting* yang kuat menjadikan *leaflet* bukan sekedar media informasi, tetapi juga alat komunikasi yang dapat menggerakkan audiens untuk terlibat dalam program *experiential learning* LATIN.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja

Pelaksanaan kerja magang ini bertujuan untuk memperdalam pemahaman mengenai praktik komunikasi dan produksi media dalam konteks organisasi lingkungan, khususnya di Lembaga Alam Tropika Indonesia (LATIN). Melalui kegiatan magang ini, penulis dapat menerapkan pengetahuan yang diperoleh di perkuliahan serta memahami secara langsung bagaimana media informasi, khususnya leaflet, dirancang dan digunakan sebagai sarana promosi untuk memperkenalkan program *experiential learning* yang disediakan oleh LATIN. Secara lebih spesifik, tujuan dari kegiatan magang ini adalah sebagai berikut:

1. Menjalankan peran sebagai *Communication Materials Development Intern* di Lembaga Alam Tropika Indonesia (LATIN) dengan terlibat dalam proses perancangan dan pengembangan *leaflet* sebagai media promosi program *experiential learning* yang disesuaikan dengan kebutuhan komunikasi organisasi.
2. Melakukan refleksi atas penerapan kompetensi komunikasi visual, desain media, dan *copywriting* yang diperoleh selama perkuliahan, khususnya melalui mata kuliah *Creative Media Production* serta *Art, Copywriting & Creative Strategy* ke dalam praktik kerja magang *Social Impact Initiative* (SII) di organisasi yang berbasis dampak sosial dan lingkungan.

1.3 Deskripsi Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja

Aktivitas pelaksanaan kerja magang berlangsung pada 13 September 2025 hingga 1 Desember 2025 dengan total durasi 640 jam kerja. Pelaksanaan kerja magang dilakukan dengan sistem *hybrid* (*work from home* dan *work from office*). Pengaturan jam kerja juga bersifat fleksibel dan menyesuaikan kebutuhan kegiatan yang sedang berjalan, sehingga durasi kerja harian tidak selalu sama setiap

harinya.

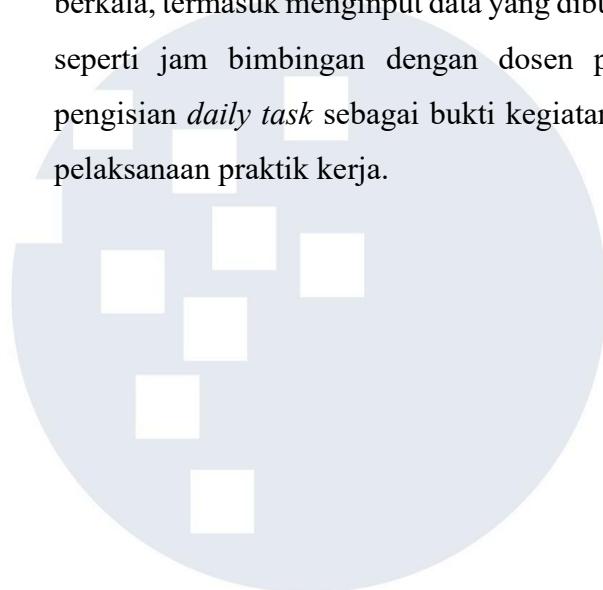
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja

Prosedur pelaksanaan kerja magang dilakukan melalui beberapa tahapan administratif dan pelaksanaan kegiatan, baik dari sisi kampus maupun dari pihak tempat magang. Tahapannya adalah sebagai berikut :

1. Mengikuti kegiatan *briefing* magang yang diselenggarakan secara luring oleh Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara sebagai pembekalan awal sebelum pelaksanaan magang.
2. Melakukan pengisian KRS melalui *website* my.umn.ac.id dengan alur menu *Self Service*, *Enrollment*, *Enrollment: Shopping Cart*, *Social Impact Initiative*, serta memastikan seluruh persyaratan akademik yang ditetapkan universitas sudah terpenuhi.
3. Mengisi data pembimbing lapangan (supervisor) yang akan mendampingi selama magang melalui *website* prostep.umn.ac.id.
4. Menerima surat penerimaan resmi dari Yayasan Lembaga Alam Tropika Indonesia (LATIN) sebagai bukti bahwa penulis diterima untuk mengikuti program magang, dengan periode pelaksanaan dari 13 September 2025 hingga 1 Desember 2025.
5. Memulai kegiatan magang di LATIN dan menjalankan peran pada lingkup kerja *Marketing and Science Communication Hub* sesuai penugasan yang diberikan selama program berlangsung.
6. Selama pelaksanaan magang, proses bimbingan lapangan dilakukan oleh pihak internal LATIN, yaitu Firman Dwi

Yulianto dan Annisa Aliviani selaku *Coordinator Learning Hub* dan *Marketing and Communication Hub*, yang berperan sebagai pembimbing lapangan dan mengarahkan proses kerja serta memastikan kegiatan magang berjalan sesuai tujuan.

7. Melakukan pencatatan dan pelaporan aktivitas magang secara berkala, termasuk menginput data yang dibutuhkan universitas seperti jam bimbingan dengan dosen pembimbing, serta pengisian *daily task* sebagai bukti kegiatan dan dokumentasi pelaksanaan praktik kerja.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA