BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital memperluas cara masyarakat mengenal, menilai, dan berinteraksi dengan pelaku usaha. Di Indonesia, Badan Pusat Statistik mencatat bahwa penduduk berusia lima tahun ke atas yang mengakses internet meningkat dari 69,21% pada 2023 menjadi 72,78% pada 2024 (Badan Pusat Statistik, 2025, h. 3). Akses tersebut semakin bergerak ke perangkat *mobile* karena 99,08% penduduk yang mengakses internet menggunakan telepon seluler (Badan Pusat Statistik, 2025, h. 22). Perubahan ini sejalan dengan pertumbuhan aktivitas ekonomi digital. Publikasi Statistik E-Commerce 2024 mencatat 4,40 juta usaha *e-commerce* di Indonesia, meningkat 15,30% dibandingkan 2023 (Badan Pusat Statistik, 2025, h. 3). Data tersebut menunjukkan bahwa ruang digital telah menjadi bagian penting dalam proses pencarian informasi, komunikasi, transaksi, dan pembentukan persepsi terhadap merek.

Dalam situasi tersebut, pelaku usaha perlu menyampaikan nilai produk atau layanan secara jelas sejak tahap awal interaksi dengan audiens. Perusahaan rintisan (*Startup*) merupakan perusahaan muda dan inovatif yang diarahkan untuk tumbuh melalui model usaha yang dapat dikembangkan, tetapi proses menuju pertumbuhan dipengaruhi oleh ekosistem dan tantangan pasar (Pardo et al., 2025, h. 1). Bagi pelaku usaha, tantangan tersebut berkaitan dengan kemampuan membangun kepercayaan, menjelaskan manfaat, serta tampil konsisten di berbagai media. Merek membantu konsumen menyaring banyaknya pilihan produk dan layanan (Wheeler, 2013, h. 5). Dengan demikian, komunikasi visual menjadi bagian penting untuk membantu audiens memahami siapa sebuah merek, apa yang ditawarkan, dan mengapa merek tersebut relevan bagi mereka.

Brand identity berperan sebagai dasar agar pesan dan tampilan merek dapat dikenali secara konsisten. Setiap *brand touchpoint* merupakan peluang untuk meningkatkan kesadaran audiens terhadap merek (Wheeler & Meyerson, 2024, h.

3). *Brand identity* membantu konsumen mengidentifikasi dan membedakan merek dari alternatif kompetitor, terutama ketika didukung oleh strategi pemasaran dan pesan yang konsisten (Shams et al., 2024, h. 1). *Brand identity* berkaitan dengan elemen seperti desain, warna, dan logo, yang membuat merek dapat dikenali oleh konsumen (Shams et al., 2024, h. 4). Oleh karena itu, perancangan identitas visual penting untuk membangun kejelasan, pembeda, dan kepercayaan sebuah merek.

Selain identitas visual, pengalaman pengguna pada media digital juga memengaruhi cara audiens menilai kredibilitas suatu merek. Kepercayaan dan niat pembelian *online* dipengaruhi oleh *website quality*, *perceived service quality*, *customer reviews*, dan *product assortment* (Hanaysha et al., 2025, h. 1). Indikator *website quality* mencakup kemudahan penggunaan, susunan tautan yang terorganisasi, fungsi pencarian, kecepatan halaman, aksesibilitas dari berbagai media, serta jaminan privasi pengguna (Hanaysha et al., 2025, h. 8). Trust menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian *e-commerce* karena mampu mengurangi persepsi risiko konsumen dalam transaksi digital (Handoyo, 2024, h. 6). Temuan tersebut memperlihatkan bahwa *UI/UX* dan *branding* perlu dirancang sebagai pengalaman yang saling mendukung.

Kebutuhan tersebut menjadi dasar pengembangan Align Studio dalam Program Self-Preneur Skystar Ventures Universitas Multimedia Nusantara. Align Studio diarahkan sebagai studio desain yang berfokus pada *brand identity*, *UI/UX*, dan kebutuhan desain lainnya untuk membantu pelaku usaha membangun tampilan yang profesional, konsisten, dan mudah dipahami. Proses *brand identity* terdiri atas tahapan riset, strategi, desain identitas, penciptaan *touchpoints*, dan pengelolaan aset yang saling berhubungan (Wheeler & Meyerson, 2024, h. 108). Dengan demikian, laporan ini berfokus pada bagaimana proses desain dapat digunakan untuk menjawab kebutuhan pelaku usaha dalam membangun identitas dan pengalaman digital yang lebih terpercaya, terarah, dan sesuai dengan perilaku audiens saat ini.

1.2 Tujuan Kerja

Tujuan kerja selama mengikuti program Self-Preneur dalam Business Acceleration Program adalah sebagai berikut.

1. Memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Desain di Universitas Multimedia Nusantara.
2. Menerapkan pembelajaran yang telah diperoleh selama perkuliahan ke dalam pengembangan Align Studio.
3. Mengembangkan *soft skills* dan *hard skills* dalam membangun, menjalankan, dan mengembangkan Align Studio sebagai usaha mandiri.
4. Memahami alur kerja profesi desainer secara langsung dalam pengerjaan *project* nyata.
5. Melatih kemampuan komunikasi dalam berdiskusi dengan klien, memahami kebutuhan klien, dan menyampaikan solusi desain yang sesuai.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja

Pelaksanaan kerja magang dilakukan melalui Self-Preneur Program yang diselenggarakan oleh Skystar Ventures Universitas Multimedia Nusantara. Program ini merupakan bagian dari Business Acceleration Program yang berlangsung secara terstruktur dengan sistem kerja profesional, mencakup kehadiran harian, *workshop*, *mentoring*, serta evaluasi berkala. Peserta diwajibkan memenuhi total 640 jam kerja selama periode program dengan mengikuti seluruh rangkaian kegiatan yang telah ditentukan oleh Skystar Ventures.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja

Pelaksanaan kerja berlangsung pada periode Februari hingga Juni 2026, dengan total kewajiban 640 jam kerja. Program secara resmi dimulai pada tanggal 2 Februari 2026 melalui sesi *Kick-Off* dan *workshop* pertama (*Entrepreneurship Mindset*). Penulis mulai menjalankan aktivitas kerja rutin di Skystar Ventures sejak 9 Februari 2026 di ruang Hydra, lantai 12A, Gedung C Universitas Multimedia Nusantara.

Kegiatan kerja dilaksanakan setiap hari Senin sampai Jumat, pukul 09.00 WIB hingga 17.00 WIB dengan sistem kerja penuh waktu (*full-time*). Seluruh aktivitas dilakukan secara *work from office* di ruang Hydra, lantai 12A, Gedung C Universitas Multimedia Nusantara. Setiap peserta diwajibkan melakukan absensi *offline* setiap pagi sebelum memulai aktivitas dan melakukan *check-out* setelah jam kerja selesai. Selain itu, peserta juga wajib mengisi Pro Step *daily task* sebagai bentuk pencatatan aktivitas harian sekaligus pemenuhan akumulasi jam kerja.

Ketentuan kehadiran mengikuti aturan program, yaitu peserta wajib hadir setiap hari kerja dan menjaga kedisiplinan waktu. Keterlambatan setelah pukul 10.00 WIB atau kepulangan sebelum pukul 17.00 WIB tanpa persetujuan supervisor dapat memengaruhi penilaian kehadiran. Ketidakhadiran wajib disertai alasan yang dapat dipertanggungjawabkan dan dokumen pendukung yang relevan. Hari libur mengikuti kalender akademik dan hari libur nasional. Program tidak mewajibkan lembur, namun peserta dapat menambah jam kerja secara mandiri jika diperlukan, dengan tetap mencatatnya pada sistem pelaporan.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja

Prosedur pelaksanaan kerja dalam Self-Preneur Program diawali dengan proses pendaftaran melalui formulir resmi Business Acceleration Program. Setelah dinyatakan diterima sebagai peserta, penulis mengikuti sesi *Kick-Off* pada tanggal 2 Februari 2026. Pada tahap awal program, peserta diminta untuk menentukan keahlian, fokus *project* yang akan dikembangkan, serta menyusun target dan indikator capaian. Penulis menyusun *business target*, *development plan*, *action plan*, target klien, serta *roadmap* dan *timeline* sebagai dasar perencanaan kerja selama periode magang.

Selama periode Februari hingga Mei 2026, peserta mengikuti rangkaian *workshop* yang diselenggarakan oleh Skystar Ventures. Materi *workshop* meliputi *Entrepreneurship Mindset*, *Value Proposition*, *Market Analysis*, *Pricing Strategy*, *Personal Branding*, dan *Digital Marketing*.

Workshop dilaksanakan sesuai jadwal yang telah ditentukan dalam timeline program dan bersifat wajib bagi seluruh peserta. Selain *workshop*, peserta mengikuti sesi *mentoring* dan *progress review* dengan supervisor dari tim Skystar Ventures. Sesi *mentoring* dilaksanakan maksimal empat kali selama periode program dan bertujuan untuk memonitor perkembangan proyek, mengidentifikasi kendala, serta memberikan arahan untuk pencapaian target. Jadwal *mentoring* ditentukan oleh supervisor, serta dilakukan secara *offline*.

Dalam pelaksanaan kerja sehari-hari, penulis menjalankan aktivitas sesuai *action plan* yang telah disusun. Setiap aktivitas dicatat melalui sistem ProStep *daily task* sebagai bentuk pelaporan dan *monitoring* progres. Kegiatan harian tersebut menjadi dasar evaluasi dalam setiap sesi *mentoring* maupun penilaian akhir program. Program ditutup dengan tahap evaluasi dan presentasi akhir (*Demo Day*). Evaluasi pertama dilaksanakan pada awal April 2026 sebagai bagian dari penilaian tengah program, sedangkan evaluasi akhir berlangsung pada tanggal 8-11 Juni 2026. Pada tahap ini, peserta mempresentasikan perkembangan portofolio, capaian target *project*, serta rencana pengembangan lanjutan kepada Skystar Ventures.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA