

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Desain grafis merupakan sebuah proses berkomunikasi dengan menggunakan elemen-elemen visual seperti fotografi, tipografi dan juga ilustrasi dengan tujuan untuk menciptakan sebuah persepsi terhadap sebuah pesan yang sedang disampaikan (Hiswara & Noe'man, 2022). Sementara itu, *branding* merupakan sebuah identitas yang dimiliki oleh sebuah perusahaan, produk dan jasa. Selain logo dan nama, branding juga mencakup karakteristik, nilai dan juga dapat digunakan sebagai pembeda suatu *brand* terhadap kompetitor dan *brand* lainnya. *Branding* juga berfungsi untuk membantu memposisikan *brand* pada posisi tertentu serta membentuk persepsi tertentu di benak audiens (Landa, 2018, h. 238). Dengan *branding* yang tepat dan baik, sebuah *brand* dapat menempatkan posisinya dengan baik, membedakan diri dari kompetitor, serta lebih mudah diingat oleh audiens. Penerapan *branding* yang baik dapat dilihat pada sebuah brand bernama vivo, yang memposisikan dirinya sebagai *smartphone* dengan desain modern dan keunggulan kamera serta teknologi terkini. *Branding* ini diperkuat melalui visual yang konsisten serta komunikasi yang menjangkau generasi muda.

PT vivo Mobile Indonesia merupakan perusahaan teknologi yang bergerak di bidang pengembangan dan produksi *smartphone*. Perusahaan ini berkedudukan di Dongguan, Tiongkok, dan telah berkembang menjadi perusahaan berskala internasional dengan jaringan pemasaran di berbagai negara. vivo berfokus pada pengembangan teknologi konsumen terkini, seperti jaringan 5G, kecerdasan buatan (*Artificial Intelligence*), desain industri, sistem fotografi, serta berbagai inovasi teknologi lainnya. Pada akhir bulan Januari tahun 2026, PT vivo Mobile Indonesia membuka lowongan magang melalui akun Instagram dan LinkedIn. Melalui kesempatan tersebut, penulis melamar posisi *Graphic Design Intern* yang berlokasi di Gold Coast Office, Jl. Pantai Indah Kapuk Boulevard, Penjaringan, Jakarta Utara.

Penulis tertarik untuk melaksanakan program magang pada PT vivo Mobile Indonesia dikarenakan perusahaan ini memiliki prospek yang baik karena merupakan bagian dari *brand* teknologi berskala internasional yang memiliki reputasi kuat dalam industri *smartphone*. Sebagai perusahaan internasional, vivo juga memberikan kesempatan untuk bekerja sama dengan orang-orang dari berbagai budaya dan negara, sehingga dapat memperluas wawasan dan kemampuan berkomunikasi lintas bahasa penulis. Selain itu, perkembangan teknologi yang semakin pesat menuntut perusahaan untuk memiliki strategi komunikasi dan *branding* yang kuat agar tetap relevan dan kompetitif di pasar global. Hal ini terlihat dari bagaimana vivo terus mengembangkan dan menghadirkan inovasi produk. Gaya desain yang modern dan relevan dengan target pasar anak muda, lingkungan kerja yang dinamis dan positif, serta fasilitas kantor yang mendukung kenyamanan dan produktivitas kerja semakin memperkuat ketertarikan penulis untuk bergabung dan berkembang di PT vivo Mobile Indonesia.

Melalui proses magang ini, penulis berharap dapat menambah pengalaman sebagai *Graphic Designer* dalam lingkup korporat serta memahami alur kerja profesional. Penulis juga ingin meningkatkan kompetensi, baik dari sisi *hard skill* seperti kemampuan teknis desain dan pemahaman branding, maupun *soft skill* seperti komunikasi, manajemen waktu, dan kerja sama dalam tim. Selain itu, penulis berharap dapat belajar menghadapi tantangan proyek nyata dengan standar perusahaan yang tinggi seperti pada perusahaan vivo. Pengalaman magang ini diharapkan dapat menjadi bekal yang kuat untuk pengembangan karier di masa depan.

1.2 Tujuan Kerja

Melalui latar belakang di atas, berikut merupakan uraian secara menyeluruh dari tujuan penulis melaksanakan program magang:

1. Untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan pada Universitas Multimedia Nusantara serta untuk mendapatkan gelar sarjana desain (S.Ds.).

2. Mengembangkan *hard skill* dan *soft skill* seperti pemahaman mengenai branding yang sudah diperoleh selama perkuliahan ke dalam praktik kerja secara langsung di lingkungan profesional.
3. Memahami alur kerja, standar operasional, serta budaya kerja di industri kreatif dan korporat.
4. Menambah pengalaman serta membangun relasi profesional yang dapat mendukung pengembangan karier di masa depan.
5. Menghasilkan karya desain sesuai dengan standar industri profesional.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja

Pelaksanaan magang akan dilakukan berdasarkan ketentuan yang sudah ditetapkan oleh pihak prodi Desain Komunikasi Visual, Universitas Multimedia Nusantara yaitu untuk mengikuti program *Internship Track 1* mencakup 640 jam kerja. Magang akan dilaksanakan setiap hari Senin hingga Jumaat secara WFO (*Work From Office*).

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja

Program magang pada PT vivo Mobile Indonesia akan berlangsung selama 6 bulan yang dimulai pada tanggal 23 Februari 2026 hingga 24 Agustus 2026. Waktu kerja berlangsung secara WFO (*Work From Office*) selama 5 hari yaitu hari Senin hingga Jumat dan dimulai pada pukul 09.00 hingga 18.00 WIB. Magang dilakukan pada kantor pusat PT vivo Mobile Indonesia yang berlokasi di Gold Coast Office, Jl. Pantai Indah Kapuk Boulevard, Penjaringan, Jakarta Utara.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja

Prosedur pelaksanaan magang yang penulis lakukan yaitu dengan melakukan pendaftaran magang *Internship Track 1* saat Pra KRS. Kemudian dilanjutkan dengan melakukan penyusunan portofolio dan *curriculum vitae* (CV). Selanjutnya, penulis mencari informasi lowongan magang melalui LinkedIn dan mulai mendaftarkan perusahaan ke *website* prostep.umn.ac.id untuk memperoleh persetujuan dari pihak kampus.

Setelah mendapatkan persetujuan, penulis mengirimkan portofolio dan CV kepada perusahaan.

Kemudian penulis mendapatkan pesan via Whatsapp untuk melakukan tahap pertama dari proses seleksi magang yaitu wawancara dengan HRD. Wawancara dilaksanakan secara *online* melalui aplikasi Voov. Setelah beberapa hari, penulis mendapatkan pesan kembali yang menginformasikan bahwa penulis lolos ke tahap selanjutnya yaitu wawancara bersama supervisor yang juga dilaksanakan secara *online* via aplikasi Voov. Pada tanggal 10 Februari 2026, penulis menerima *e-mail* berisi *Letter of Acceptance* yang menyatakan bahwa penulis lolos sebagai *Brand Designer Intern* di divisi *Brand* pada PT vivo Mobile Indonesia. Penulis juga diberitahu untuk mulai melaksanakan magang pada tanggal 23 Februari 2026 sebagai *Brand Designer Intern* yang bertugas menangani *design campaign* pada berbagai *platform e-commerce*.

