

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri perhiasan di Indonesia memiliki keterkaitan yang kuat dengan nilai-nilai budaya dan tradisi (Nur, 2025). Saat ini, sektor tersebut sedang didorong untuk meningkatkan daya saingnya di tingkat internasional. Kementerian Perindustrian menyatakan bahwa nilai ekspor perhiasan dan barang berharga Indonesia mencapai sekitar Rp62 triliun selama enam bulan pertama tahun 2025. Hal ini menunjukkan peningkatan sebesar 23% dibandingkan dengan periode yang sama pada tahun sebelumnya (Putra, 2025).

Seiring dengan pertumbuhan industri ini, praktik pemasaran juga mengalami perubahan yang signifikan. Media sosial dan berbagai platform digital kini semakin banyak dimanfaatkan sebagai sarana utama dalam menyampaikan pesan kepada konsumen. Perkembangan tersebut membuka peluang yang besar bagi bidang desain komunikasi visual untuk berperan dalam proses pembentukan identitas merek serta periklanan dalam industri perhiasan.

Mizora Jewelry yang berada di bawah naungan PT Sinar Kreasindo Fortuna merupakan perusahaan yang bergerak di bidang perhiasan dan telah berdiri sejak tahun 2023 (Elza, 2024). Selama kurang lebih tiga tahun beroperasi, perusahaan ini telah menghasilkan berbagai materi iklan dengan gaya visual yang beragam, unik, namun tetap mampu menyampaikan pesan secara tepat kepada target audiensnya. Oleh karena itu, Mizora Jewelry menjadi salah satu pilihan yang strategis bagi mahasiswa di bidang desain komunikasi visual untuk mempelajari praktik desain dalam konteks pemasaran pada tingkat profesional.

Mizora Jewelry menjadi salah satu pilihan sebagai tempat pelaksanaan magang karena perusahaan ini menunjukkan keberanian dalam mengeksplorasi strategi pemasaran yang baru dan inovatif di industri perhiasan. Pendekatan tersebut menarik minat penulis untuk terlibat secara langsung dalam bidang pemasaran,

sekaligus mencoba membawa perspektif dari peminatan Interaction Design ke dalam lingkungan perusahaan sebagai upaya memperkenalkan pendekatan kreatif yang baru. Selain itu, perusahaan ini juga memberikan kesempatan bagi mahasiswa magang untuk terlibat secara langsung dalam berbagai proyek nyata yang relevan dengan industri kreatif. Melalui pengalaman tersebut, penulis berharap dapat memperluas wawasan, meningkatkan keterampilan teknis, serta membangun portofolio yang dapat mendukung pengembangan karier di masa depan.

1.2 Tujuan Kerja

Penulis melaksanakan praktik kerja magang tidak hanya sebagai salah satu syarat kelulusan mata kuliah magang serta persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana strata satu, tetapi juga sebagai kesempatan untuk memperoleh pengalaman kerja secara langsung di industri. Tujuan kerja lainnya sebagai berikut:

1. Tujuan Akademis

- a. Memenuhi salah satu persyaratan akademis untuk memperoleh gelar Sarjana Desain Komunikasi Visual.
- b. Mengimplementasikan teori, konsep, dan pengetahuan yang telah diperoleh selama masa perkuliahan ke dalam praktik kerja di dunia industri.

2. Tujuan Pengembangan Profesional

- a. Memperoleh pengalaman langsung mengenai profesi di bidang desain grafik.
- b. Mengembangkan kemampuan teknis yang meliputi penguasaan perangkat lunak desain, tata letak, tipografi, teori warna, *digital imaging*, identitas merek, serta periklanan kreatif sesuai dengan kebutuhan industri
- c. Melatih kemampuan non-teknis yang meliputi kemampuan komunikasi, kerja tim, pemecahan masalah, adaptabilitas, serta manajemen waktu dalam konteks lingkungan kerja profesional.

3. Tujuan Pribadi dan Karier

- a. Memperluas wawasan serta pemahaman mengenai alur kerja di industri kreatif.
- b. Membangun portofolio yang relevan dengan karier di bidang desain komunikasi visual.
- c. Menjalin relasi profesional dengan pelaku industri kreatif sebagai bekal dalam pengembangan karier di masa mendatang.
- d. Memberikan kontribusi berupa ide kreatif yang tepat dan dapat mendukung kebutuhan perusahaan.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja

Pelaksanaan kerja magang di Mizora Jewelry berlangsung sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh pihak perusahaan serta program MBKM di Universitas Multimedia Nusantara yaitu dengan total jam kerja sebanyak 640 jam. Pada bagian ini akan dipaparkan secara lebih rinci mengenai waktu pelaksanaan kerja magang serta prosedur pelaksanaannya sebagai acuan dalam memahami keseluruhan kegiatan magang yang dijalankan oleh penulis.

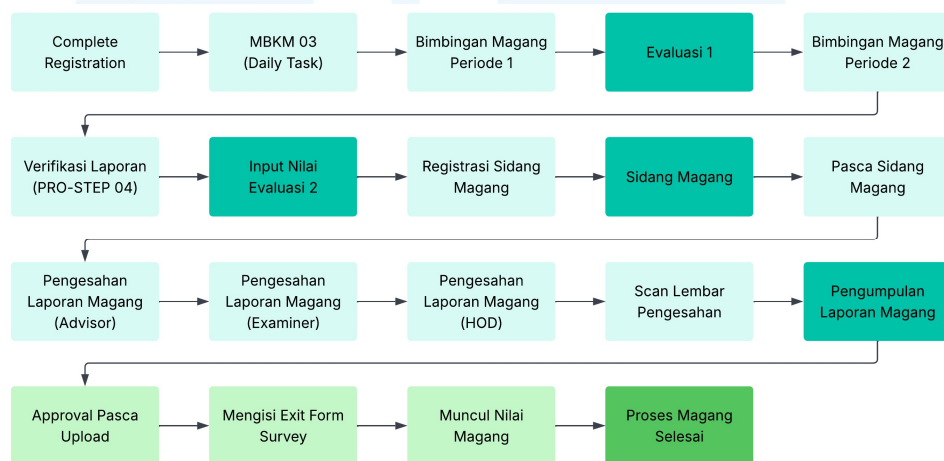
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja

Program magang dilaksanakan selama enam bulan, dimulai pada tanggal 3 Februari 2026 hingga 3 Juli 2026 sesuai dengan Surat MBKM 02 (Penerimaan Magang). Kegiatan kerja berlangsung pada hari kerja atau *weekday* yaitu dari hari Senin hingga Jumat, dengan pengecualian pada hari libur nasional atau tanggal merah. Perusahaan menerapkan sistem kerja *Work From Office* (WFO), di mana kegiatan kerja dilaksanakan dengan jam kerja mulai pukul 09.00 hingga 18.00 WIB. Selama jam kerja tersebut, terdapat waktu istirahat selama satu jam yang dilaksanakan pada pukul 12.00 WIB.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja

Pelaksanaan program magang diawali dengan persiapan dokumen lamaran berupa *curriculum vitae* dan portofolio. Selanjutnya, penulis mulai mencari informasi lowongan kerja magang pada periode Desember hingga

Januari. Pada waktu yang bersamaan, penulis juga melakukan registrasi pada sistem Merdeka melalui laman prostep.umn.ac.id dengan mengajukan data perusahaan serta informasi terkait program magang yang dilamar. Pada periode tersebut, salah satu relasi dari Mizora Jewelry membuka kesempatan magang untuk posisi designer intern melalui unggahan WhatsApp. Setelah penulis memperoleh Form MBKM 01 (*Cover Letter*) yang telah disetujui oleh PIC dan Kepala Departemen, proses pelamaran kemudian dilakukan melalui pengiriman email kepada pihak perusahaan.

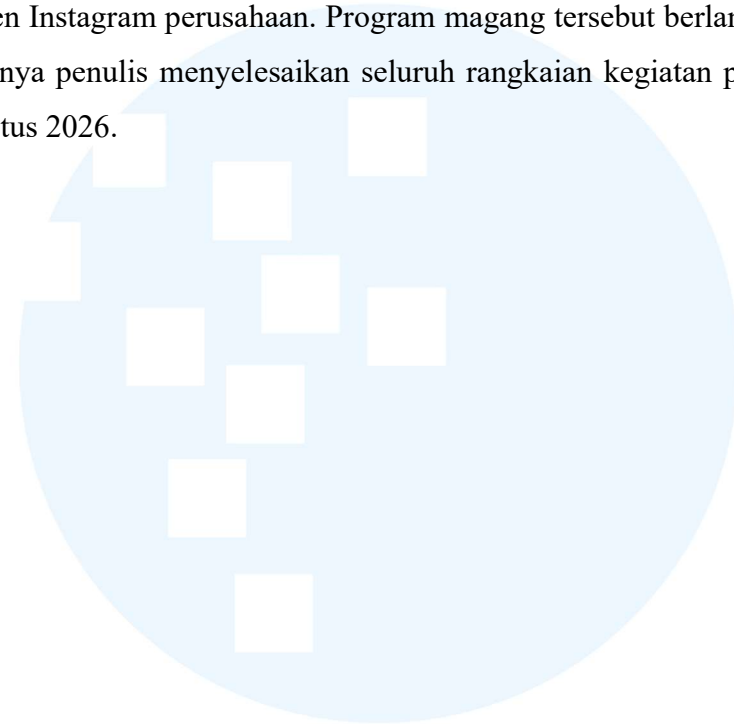


Gambar 1. 1 Bagan Prosedur Magang

Pada hari Selasa, 27 Januari 2026, penulis mengikuti proses wawancara secara tatap muka di kantor pusat Mizora Jewelry bersama Direktur Pemasaran dan Manajer Umum Operasional. Pada hari yang sama, penulis dihubungi oleh pihak sumber daya manusia untuk mengonfirmasi ketersediaan memulai program magang serta mendapatkan penjelasan terkait Prosedur Operasional Standar (SOP) yang berlaku di perusahaan. Program kerja magang secara resmi dimulai pada hari Selasa, 3 Februari 2026, yang ditandai dengan dimulainya aktivitas kerja sekaligus penerbitan serta penyerahan Form MBKM 02 (Penerimaan Magang). Setelah itu, penulis melengkapi berbagai data yang dibutuhkan pada sistem Prostep.

Pada hari pertama pelaksanaan kerja, penulis mendapatkan pengenalan divisi pemasaran serta supervisor yang bertanggung jawab

selama periode magang. Selama menjalani program magang, penulis melaksanakan tugas utama sesuai dengan jabatan sebagai desainer grafis magang dengan tanggung jawab utama dalam pembuatan materi visual untuk konten Instagram perusahaan. Program magang tersebut berlangsung hingga akhirnya penulis menyelesaikan seluruh rangkaian kegiatan pada tanggal 3 Agustus 2026.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA