

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam menyelesaikan tahap akhir masa perkuliahan, mahasiswa memiliki kewajiban untuk mengikuti program yang harus dilakukan yang menjadi syarat kelulusan dari masa perkuliahan, program tersebut merupakan kegiatan magang atau yang sudah diganti menjadi *Career Acceleration Program (CAP)*. Berdasarkan menurut Irawan et al., (2025) magang memberikan kontribusi nyata dalam membentuk sikap profesionalisme mahasiswa dengan meningkatkan aspek kedisiplinan, aspek tanggung jawab, serta aspek etos kerja dengan kondisi lapangan pada dunia kerja yang modern. Seiring bertumbuhnya industri kreatif, *branding* serta pemasaran digital kreatif menjadi strategi yang penting untuk meningkatkan citra *brand* dan daya saing antar produk, strategi yang digunakan harus menyesuaikan karakteristik yang dimiliki setiap merek dengan menonjolkan keunikan yang ada (Khumairoh & Nisa, 2024).

Selain itu, komunikasi visual juga memiliki peranan penting dalam mendukung strategi pemasaran kreatif, karena membangun identitas merek dan menyampaikan informasi melalui berbagai media digital, perancangan konten visual secara konsisten juga menjadi salah satu keberhasilan branding dan strategi komunikasi (Hawari & Purwanto, 2025). Salah satu media digital yang sering dimanfaatkan untuk strategi komunikasi visual tersebut merupakan sosial media. Media sosial adalah sarana komunikasi bisnis dengan audiens dan membangun kepercayaan, dengan itu perusahaan membutuhkan konten media sosial, ataupun konten ucapan menjadikan sarana dalam membangun kepercayaan dan identitas merek kepada audiens (Arianto, 2022). Berdasarkan hal tersebut, CV. AITI DIGITAL KREATIF merupakan salah satu digital marketing agensi yang menawarkan layanan *branding* untuk dapat merancang strategi pemasaran digital serta menghasilkan konten visual yang kreatif serta bisa bersaing dari kompetitor.

CV. AITI DIGITAL KREATIF merupakan *Digital Marketing Agency* yang dibentuk pada tahun 2018, pada awalnya layanan yang ditawarkan berfokus kepada strategi pemasaran dan *branding* untuk perusahaan untuk memperluas jangkauan pemasaran melewati strategi kreatif, seperti menangani media produksi brand melalui sosial media dan juga perancangan *campaign* digital. Selain itu juga, agensi ini juga berperan dalam membangun identitas *brand* yang konsisten sesuai dengan karakter dan juga target audiens *brand*. Dalam mendukung layanan tersebut, *graphic designer* memiliki peran penting dalam menghasilkan berbagai konten visual, memperkuat identitas *brand* dan juga meningkatkan efektivitas strategi pemasaran melalui konten visual yang diterapkan setiap *brand* (Kusnadi, 2021).

Melalui program magang ini, penulis dapat berkontribusi menjadi *graphic design intern* yang memiliki kesempatan untuk meningkatkan berpikir kreatif dalam dunia kerja untuk membuat sebuah desain yang sesuai dengan citra yang dimiliki sebuah perusahaan, selain itu juga penulis dapat melatih skill komunikasi antar klien serta mempelajari tingkat profesionalitas saat menghadapi seorang klien.

1.2 Tujuan Kerja

Dalam melaksanakan program magang di CV. AITI DIGITAL KREATIF tentunya penulis memiliki tujuan yaitu mendapatkan sebuah pembelajaran praktik nyata kerja yang sebelumnya tidak pernah didapatkan dalam masa perkuliahan. Selain itu penulis juga menuliskan tujuan kerja sebagai berikut:

1. Meningkatkan kemampuan kreatifitas penulis dalam membuat sebuah desain dengan menyesuaikan brief dan pedoman merek.
2. Mengembangkan *skill* komunikasi penulis dalam kerjasama antara tim ataupun dalam lingkup pekerjaan.
3. Mendapatkan *insight* mengenai etika dan profesionalitas dalam menghadapi dengan klien.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja

Ketentuan pelaksanaan waktu magang yang ditetapkan oleh pihak kampus adalah sebanyak 20 sks dengan menyelesaikan sebanyak 640 jam kerja yang

dipantau oleh supervisor dari tempat dimana penulis melaksanakan magang, serta sebanyak 207 jam kerja yang akan di pantau dengan *advisor* atau dosen pembimbing dari kampus. Melalui *website* Pro-Step UMN penulis diharuskan untuk mengisi *daily task* dengan total yang sudah ditetapkan.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja

Periode pelaksanaan program magang yang dilaksanakan penulis di CV. AITI DIGITAL KREATIF untuk menyelesaikan total 640 jam kerja perusahaan, menyesuaikan dengan syarat dan juga ketentuan yang sudah disepakati saat awal rekrutmen magang, yaitu selama 6 bulan lamanya, yang di hitung sejak tanggal 11 Februari 2026 hingga 11 Agustus 2026. Selain itu pelaksanaan tempat kerja dilakukan dengan secara *full WFH (Work From Home)*, kegiatan program magang ini akan dilakukan pada hari Senin hingga hari Jumat yang akan dimulai pada pukul 09.00 WIB hingga 17.00 WIB berdasarkan ketentuan yang sudah ditetapkan oleh perusahaan, selain itu lokasi dari kantor perusahaan berada di Ruko Melody, Jl. Melody 2 No. 32-33 Gading Serpong, Kab. Tangerang, Banten.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja

Proses mendapatkan tempat magang atau *Career Acceleration Program* tentunya mejadi sebuah bagian yang cukup memakan waktu dan juga tenaga yang diberikan untuk mendapatkan posisi yang dilamar di tempat magang yang dituju, berikut merupakan langkah yang penulis lakukan yang akan dijabarkan melalui tabel sebagai berikut:

Tabel 1. 1 Prosedur Pelaksaan Kerja

No.	Tanggal	Kegiatan	Keterangan
1.	24 November 2025	<i>Briefing Career Acceleration Program</i>	Kegiatan melakukan <i>briefing</i> atau pengenalan terhadap program magang atau <i>Career</i>

			<i>Acceleration Program</i> mengenai tata cara mengajukan tempat magang dan juga timeline selama satu semester kedepannya.
2.	9 Januari 2026	Mulai mendaftarkan beberapa perusahaan ke <i>website</i> Pro-Step UMN	Mendaftarkan atau mengajukan beberapa kandidat tempat magang melalui <i>website</i> Pro-Step UMN.
3.	10 Januari 2026	Mencari tempat magang	Menyebarkan dan mengirimkan portofolio dan juga CV yang sudah disiapkan kepada beberapa perusahaan yang sudah disetujui oleh pihak kampus dengan melalui surat pengantar yang telah disiapkan.
4.	22 Januari 2026	<i>Apply</i> di AITI Media	Melewati aplikasi Glints, penulis mengirimkan CV dan juga Portofolio yang sudah disiapkan kepada CV. AITI DIGITAL KREATIF

5.	6 Februari 2026	Mendapatkan chat dari AITI Media melewati Whatsapp	Penulis mendapatkan pesan dari via Whatsapp mengenai mentidak lanjuti lamaran yang sudah dikirimkan untuk ketahap interview tahap 1.
6.	7 Februari 2026	Melakukan Interview Tahap 1	Penulis mengikuti interview tahap pertama Bersama HR dari AITI MEDIA dan diberikan mini <i>brief</i> atau skill test yang harus dilakukan.
7.	9 Februari 2026	Menyelesaikan Skill Test	Penulis mengerjakan dan mengumpulkan tugas mini <i>brief</i> sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.
8.	10 Februari 2026	Melakukan User Interview dan diterima sebagai <i>Graphic Design Intern</i>	Penulis melakukan <i>User Interview</i> bersama <i>user</i> dan juga HR AITI Media untuk mempresentasikan hasil dari mini <i>brief</i> yang sudah dikerjakan. Selanjutnya beberapa jam kemudia penulis dinyatakan diterima

			untuk magang di AITI Media.
9.	11 Februari 2026	<i>On Boarding</i> Magang	Mengikuti <i>on boarding</i> untuk memahami alur kerja dan aturan selama masa magang.

Berdasarkan tabel mengenai prosedur pelaksanaan kerja yang dilakukan penulis untuk mendapatkan tempat magang, berawal dengan *briefing* yang dilakukan oleh koordinator magang sebagai pembekalan awal untuk melaksanakan magang, selanjutnya melalui *website* Pro-Step UMN penulis mengajukan tempat magang, setelah mendapatkan *Cover Letter* untuk surat pengantar, penulis segera mulai *apply* CV dan portofolio yang sudah dibuat dan hubungi untuk melakukan *interview* bersama CV. AITI DIGITAL KREATIF. Kemudian penulis mengerjakan *mini brief* dan diajukan *User Interview* bersama *user* dan HR AITI Media. Lalu selanjutnya penulis dinyatakan diterima untuk magang bersama AITI Media sebagai *Graphic Design Intern* dan *on board* pada tanggal 11 Februari 2026.