

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam cara perusahaan memasarkan produk dan berkomunikasi dengan konsumen, terutama melalui media sosial yang kini menjadi *platform* utama dalam mempromosikan brand (Brahmana & Sinaga, 2025, h.442). Seiring dengan perkembangan tersebut, kebutuhan desain grafis semakin meningkat karena memiliki fungsi komersial yang dapat mendukung berbagai kebutuhan komunikasi visual perusahaan (Landa, 2023, h.1). Salah satu wujud penerapan fungsi komersial ini terlihat dalam berbagai aktivitas pemasaran, dengan desain yang berperan sebagai media komunikasi visual untuk membantu perusahaan menyampaikan pesan yang lebih jelas, menarik, dan dapat disesuaikan dengan karakteristik target audiens yang ingin dituju (Cuhandi et al., 2025, h.203).

Hal inilah yang menempatkan desain visual sebagai kunci utama dalam membentuk citra merek, meningkatkan daya tarik, juga mempererat hubungan antara perusahaan dengan konsumen (Hasaruddin & Melati, 2025). Di samping penggunaan media digital, media konvensional tetap relevan digunakan sebagai sarana promosi langsung berbasis media cetak agar dapat menjangkau segmen audiens yang lebih luas. Oleh karena itu, desainer grafis memiliki peran krusial dalam merancang berbagai materi visual melalui pemanfaatan media pendukung dengan penerapan desain yang efektif, sehingga sebuah perusahaan dapat memperkuat reputasi sekaligus lebih menonjol dibandingkan kompetitornya (Nurwicaksono & Patria, 2021, h.137).

Selaras dengan perkembangan tersebut, PT Astra International Tbk. – Honda merupakan salah satu perusahaan yang menerapkan strategi promosi yang terintegrasi melalui berbagai *platform* media, baik secara digital maupun konvensional agar dapat menjangkau target konsumennya. Sebagai salah satu

distributor otomotif, khususnya sepeda motor Honda yang tersebar di 12 wilayah di Indonesia, Astra Motor menerapkan strategi tersebut melalui penyelenggaraan kampanye pemasaran, media sosial, media cetak, hingga aktivitas promosi lainnya yang diperkuat oleh komunikasi visual yang konsisten. Strategi tersebut selaras dengan visi perusahaan untuk menjadi *main dealer* terbaik dan *retailer* pilihan yang mampu memberikan solusi melampaui ekspektasi semua pihak, serta misinya dalam menghadirkan nilai tambah dan layanan berkualitas.

Dengan demikian, penerapan visual Astra Motor yang konsisten dan persuasif dapat memperkuat *positioning* brand, meningkatkan daya ingat brand, serta memperluas jangkauan audiens. Hal ini membuat penulis memandang Astra Motor sebagai perusahaan yang terus berkembang dengan budaya kerja yang profesional juga mendukung proses pembelajaran serta pengembangan aspek kreativitas. Sehingga, penulis menilai bahwa kesempatan menjalani program magang di Astra Motor merupakan pengalaman yang berharga untuk memperdalam pemahaman terkait proses perancangan materi visual untuk kebutuhan promosi yang diimplementasikan dalam sektor industri otomotif.

Melalui pertimbangan tersebut, penulis memutuskan untuk melaksanakan program magang sebagai *Graphic Design Intern* di PT Astra International Tbk. – Honda. Setelah melewati seluruh rangkaian proses rekrutmen, penulis diposisikan di departemen *Retail Marketing and Channel*. Dalam perjalanan magang ini, penulis secara langsung terlibat dalam berbagai proses kreatif untuk merancang berbagai kebutuhan materi promosi Astra Motor, mulai dari tahapan awal pengembangan ide visual hingga penyempurnaan desain bersama tim. Selain itu, penulis juga dipercayakan untuk menyiapkan konten rutin berupa *product knowledge* untuk media sosial *Sales Office* Astra Motor, sekaligus berkontribusi dalam pengembangan program USP terbaru yang dikenal sebagai FIRE (*Friendly and Reliable*), yang bertujuan untuk menaikkan *branding* dari Astra Motor baik sebagai *retailer*. Di samping tugas yang berkaitan untuk kebutuhan eksternal, penulis turut terlibat dalam pembuatan kebutuhan internal perusahaan, seperti kebutuhan acara serta media komunikasi pendukung lainnya.

Seiring dengan itu, proses pelaksanaan magang ini dilakukan dengan sistem *Work From Office* (WFO) di kantor pusat PT Astra International Tbk. – Honda. Maka dari itu, penulis dapat berpartisipasi langsung dan terlibat secara aktif dalam aktivitas perusahaan. Oleh karena itu, pengalaman ini diharapkan dapat menjadi bekal yang penting dalam pengembangan kemampuan secara teknis desain serta keterampilan interpersonal yang akan dibutuhkan ketika di dunia kerja.

1.2 Tujuan Kerja

Pelaksanaan program magang ini memiliki peran yang signifikan bagi penulis untuk mengaitkan ilmu akademik yang diperoleh di perkuliahan dengan pengalaman nyata di dunia kerja. Selain sebagai pemenuhan untuk persyaratan akademik, kegiatan magang ini juga menjadi kesempatan bagi penulis untuk mengembangkan diri sekaligus mempersiapkan diri menghadapi tantangan dunia profesional. Dengan demikian, tujuan dari pelaksanaan magang yang dijalani oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Memenuhi persyaratan akademik sesuai ketentuan kurikulum Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara.
2. Memperoleh pengalaman langsung di bidang desain grafis sebagai bekal dalam memasuki dunia kerja.
3. Mengimplementasikan teori desain komunikasi visual yang telah dipelajari selama perkuliahan ke dalam praktik kerja sehari-hari di perusahaan.
4. Mengembangkan *hard skills* dalam pengelolaan ide-ide kreatif serta penggunaan perangkat lunak desain, sekaligus mengasah kembali kemampuan *soft skills* dalam berkomunikasi saat bekerja sama dengan tim, mengelola waktu, serta beradaptasi dengan budaya lingkungan profesional.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja

Prosedur pelaksanaan *Acceleration Program* ini dilaksanakan sesuai dengan alur yang telah ditetapkan oleh universitas. Proses ini diawali dengan pengajuan data perusahaan pada laman Prostep Universitas Multimedia Nusantara. Kemudian, setelah mendapatkan persetujuan dari pihak kampus, penulis melanjutkan pada

tahap pengajuan lamaran dengan mengikuti proses rekrutmen dari perusahaan yang dituju. Oleh karena itu, rangkaian pelaksanaan program magang ini akan dijabarkan secara rinci pada bagian ini.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja

Sebelum memulai program magang secara resmi, penulis telah mengikuti proses wawancara bersama dengan pihak PT Astra International Tbk., - Honda yang dilaksanakan pada 23 Desember 2025 secara daring menggunakan Microsoft Teams sebagai bagian dari tahapan seleksi. Setelah dinyatakan diterima, penulis melanjutkan pada pelaksanaan magang sesuai dengan ketentuan yang berlaku dari pihak perusahaan.

Program magang ini berlangsung selama 6 bulan, yang dimulai sejak 12 Januari dan berakhir hingga 30 Juni 2026. Dengan menerapkan sistem 5 hari kerja dalam seminggu, kegiatan kerja ini dilaksanakan setiap hari Senin sampai Jumat dari pukul 08.00-17.00 WIB. Selama periode tersebut, penulis melakukan proses magang ini secara *Work From Office* (WFO) yang berlokasi di kantor pusat Astra Motor, Gedung AMDI B, Jl, Gaya Motor Raya No.8, RW.8, Jakarta Utara, 14330.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja

Proses awal sebelum mengikuti proses rekrutmen perusahaan, penulis terlebih dahulu diminta oleh pihak universitas buat mengajukan data perusahaan secara lengkap melalui laman Prostep UMN. Pada tahapan ini, mahasiswa dianjurkan untuk mengajukan hingga 10 perusahaan alternatif yang menawarkan posisi kerja yang relevan dengan bidang Desain Komunikasi Visual buat dijadikan opsi pilihan tempat magang nantinya.



Gambar 1.1 Bagan Prosedur Pelaksanaan Kerja

Berdasarkan dari bagan tersebut, prosedur pelaksanaan kerja magang yang dijalani oleh penulis diawali dengan memperoleh informasi lowongan magang posisi *Graphic Design Intern* di Astra Motor melalui informasi dari unggahan Instagram CDC UMN pada 9 Desember 2025. Menindaklanjuti hal tersebut, penulis kemudian mengajukan data perusahaan melalui laman Prostep UMN untuk memperoleh verifikasi dari Ketua Magang serta Ketua Program Studi DKV UMN.

Selanjutnya, pada 17 Desember 2025, penulis mengajukan lamaran kerja dengan mengirimkan berkas CV dan portofolio *Graphic Design* kepada PT Astra International Tbk. – Honda melalui email HRD yang dicantumkan dalam postingan Instagram CDC UMN. Pada 22 Desember 2025, penulis dihubungi oleh HRD PT Astra International Tbk. – Honda melalui WhatsApp dan email untuk mengikuti wawancara. Proses wawancara ini dilaksanakan pada tanggal 23 Desember 2025 di jam 10.00 WIB yang diselenggarakan secara daring melalui *Microsoft Teams*.

Dalam sesi wawancara ini, dilaksanakan bersama *Sub-Dept. Head* selaku *user* dengan *Retail Promotion Analyst* sebagai *supervisor*. Proses keseluruhan wawancara berjalan sesuai dengan waktu yang ditentukan. Penulis terlebih dahulu diminta untuk memperkenalkan diri serta menceritakan pengalaman organisasi, minat, juga hobi yang dimiliki. Kemudian, pewawancara menggali lebih mendalam terkait keterlibatan penulis dalam berbagai kegiatan organisasi yang diikuti, cara bekerja dalam sebuah tim, serta preferensi dalam pembuatan konten. Menjelang akhir sesi, pewawancara menjelaskan secara detail tugas dari posisi *Graphic Design Intern* serta membuka kesempatan untuk penulis mengajukan pertanyaan.

Kemudian, pada 7 Januari 2026 pukul 08.14 WIB, penulis mendapatkan pemberitahuan melalui WhatsApp dari HRD yang menyatakan bahwa penulis lolos proses seleksi dan resmi diterima sebagai *Graphic Design Intern* di PT Astra International Tbk. – Honda. Kemudian, di hari

yang sama pengumuman lolos seleksi pada 7 Januari 2026, penulis langsung menyampaikan konfirmasi kesediaan untuk menjalani program magang.

Setelah itu, penulis diminta untuk mengirimkan data pribadi melalui WhatsApp. Data ini kemudian akan digunakan oleh perusahaan untuk keperluan pembuatan kontrak juga dokumen penerimaan magang. Kemudian, penulis langsung menerima dokumen administrasi dari HRD yang perlu dilengkapi dan diserahkan pada hari Selasa, 13 Januari 2026 secara langsung di kantor pusat Astra Motor, disaat hari pertama memulai magang. Selain itu, pada tanggal 13 Januari 2026 penulis juga langsung diberikan penugasan oleh pihak *supervisor* dan dilanjutkan dengan pengisian *daily task* di saat luar jam kerja sampai melakukan tahap konfirmasi dengan *supervisor*.

Dengan demikian, pelaksanaan program magang ini dilaksanakan sesuai dengan kesepakatan serta ketentuan yang ditentukan oleh pihak perusahaan. Oleh karena itu, penulis mulai menjalani periode magang pada 12 Januari dan berakhir hingga 30 Juni 2026 dengan total durasi 6 bulan. Selama periode magang berlangsung, penulis bekerja setiap hari Senin sampai Jumat dari pukul 08.00-17.00 WIB, dengan adanya waktu istirahat pada pukul 12.00-13.00 WIB. Keseluruhan program magang ini dilakukan secara sistem *Work From Office* (WFO) di kantor pusat Astra Motor, Gedung AMDI B, Jl, Gaya Motor Raya No.8, RW.8, Jakarta Utara, 14330.