

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam rangka menunjang aspek keahlian profesional pada mahasiswa, Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur telah menyediakan sarana dan prasarana penunjang pendidikan secara lengkap, baik teori maupun praktik kerja (magang), salah satunya yaitu program MBKM Magang Mandiri PKKM. Program magang ini dilaksanakan selama empat bulan/satu semester penuh (semester lima), dengan telah tersedianya mitra-mitra magang pilihan. Oleh karena tanpa proses kualifikasi ketat dari pihak mitra magang, ditambah banyaknya mahasiswa yang berminat, sehingga dilakukan penyaringan dan penetapan mahasiswa oleh dosen koordinator magang. Berdasarkan hal tersebut, penulis berkesempatan terpilih magang di PT. Mitra Mapan Mulia (Mitrabrand).

PT. Mitra Mapan Mulia (Mitrabrand) adalah perusahaan yang bergerak di bidang desain branding, yang sebagian besar kliennya berasal dari instansi/perusahaan milik pemerintah. Mitrabrand memiliki tiga divisi sebagai jantungnya perekonomian perusahaan, yaitu Divisi Editorial Desain, Divisi Digital Media, serta Divisi Acara dan Produksi. Dalam pelaksanaan magang, penulis berada di Divisi Acara dan Produksi. Secara garis besar, Divisi Acara dan Produksi adalah salah satu cabang dalam bidang desain branding, dimana dalam hal acara mencakup pembuatan proposal, materi presentasi, serta laporan pelaksanaan yang didesain sesuai identitas branding yang dibangun. Sedangkan dalam hal produksi mencakup pembuatan dokumen teknis, desain produk, serta proses produksi produk yang harus mencerminkan identitas branding secara konsisten.

Selain mengelola branding lembaga/perusahaan, Mitrabrand melalui Divisi Acara dan Produksi juga mengelola branding individu, salah satunya yaitu proyek pembuatan kaos Gus Mus. Pembuatan kaos Gus Mus adalah proyek yang ditugaskan kepada penulis dalam lingkup produksi. Gus Mus atau Dr. K.H. Ahmad Mustofa Bisri adalah tokoh agama Islam kelahiran Rembang yang bertempat tinggal di Surabaya, dan kebetulan memiliki kedekatan hubungan saudara dengan Direktur Manajer Mitrabrand. Pembuatan kaos Gus Mus dalam rangka mengenalkan sosok Gus Mus lebih luas lagi, membuat merchandise Gus Mus berupa pakaian (kaos) sebagai bentuk penghargaan, sekaligus menunjang eksistensi dan kredibilitas Mitrabrand di masyarakat terkhusus dalam komunitas beragama penggemar Gus Mus. Di samping itu, proyek ini menjadi implementasi ilmu peminatan visual marketing dalam Program Studi Desain Komunikasi Visual.

Dalam Program Studi Desain Komunikasi Visual, terdapat tiga peminatan jurusan di semester lima yang wajib dipilih oleh mahasiswa sesuai keahlian atau peminatan, mengacu pada tugas akhir yang ingin dibuat di semester akhir, yaitu peminatan desain grafis, komunikasi visual media, dan visual marketing. Penulis memutuskan memilih peminatan visual marketing karena terdapat irisan ilmu yang diminati penulis sekaligus sesuai dengan bidang ilmu di Mitrabrand. Peminatan visual marketing berfokus pada penggunaan elemen visual untuk mempromosikan produk atau layanan sesuai branding yang ingin dibentuk. Mahasiswa akan mempelajari bagaimana menciptakan desain branding yang baik serta bagaimana memasarkan produk/layanan yang menarik seperti merchandise sekaligus memikat konsumen untuk melakukan transaksi.

Istilah branding yang dimaksud adalah proses strategis untuk membangun, mengelola, dan membentuk citra serta identitas suatu produk, layanan, individu atau perusahaan di mata orang lain. Tujuannya adalah untuk membedakan diri sehingga mudah dikenali, membangun kepercayaan, dan menciptakan loyalitas jangka panjang. Dalam branding mencakup merek, logo, identitas visual, pesan merek, produk atau layanan, strategi pemasaran, reputasi, serta pengalaman konsumen. Sebagai bagian dari branding produk untuk tujuan promosi, maka merchandise individu/lembaga/perusahaan dapat diproduksi. Merchandise mencakup berbagai jenis barang, seperti pakaian, peralatan, aksesoris, atau produk lain yang dapat membawa logo atau pesan merek.

Peran penulis sebagai mahasiswa Desain Komunikasi Visual yang memilih peminatan visual marketing terhadap proyek produksi kaos Gus Mus terbilang cukup signifikan, karena yang melatar belakangi hadirnya proyek pembuatan kaos Gus Mus didukung/sejalan dengan ilmu yang dipelajari oleh penulis. Melalui proyek ini, penulis dapat memberi “warna baru” dengan penerapan disiplin ilmu yang telah diajarkan di perkuliahan. Penulis dapat membantu pihak Mitrabrand, terkhusus pada Divisi Acara dan Produksi, agar tetap relevan sekaligus kompetitif melalui keterampilan serta pengetahuan tren terkini yang dimiliki penulis. Sehingga oleh karena proyek ini, dapat menunjang peningkatan perkembangan Divisi Acara dan Produksi selaras dengan peningkatan kredibilitas serta promosi Mitrabrand di masyarakat.

1.2 Lingkup Magang

Pelaksanaan magang yang dijalani penulis di PT. Mitra Mapan Mulia (Mitrabrand), berada dalam Divisi Acara dan Produksi. Proyek-proyek yang dikerjakan, masuk dalam lingkup pengelolaan acara, perancangan produk serta pemasaran produk, dimana masuk dalam cakupan desain branding. Sesuai dengan disiplin ilmu yang dipelajari dalam Program Studi Desain Komunikasi Visual, yang masuk dalam peminatan jurusan visual marketing. Cakupan acara yang diadakan/dikelola adalah atas dasar memperkuat branding suatu lembaga/perusahaan, baik dalam hal sosialisasi maupun hiburan. Sama halnya dengan acara, cakupan produksi adalah pembuatan produk sebagai representasi branding suatu lembaga/komunitas/perseorangan yang diimplementasikan pada benda fisik.

Penulis yang mana memilih peminatan jurusan visual marketing, terbilang sesuai dengan apa yang penulis jalani dalam program Magang Mandiri PKKMM ini. Terlebih penulis berada dalam Divisi Acara dan Produksi yang sangat dekat/beririsan dengan ilmu visual marketing. Adapun proyek dalam hal acara mencakup pembuatan proposal, materi presentasi, serta laporan pelaksanaan yang didesain sesuai identitas branding yang dibangun. Sedangkan proyek dalam hal produksi mencakup pembuatan dokumen teknis, desain produk, serta proses produksi produk yang harus mencerminkan identitas branding secara konsisten.

1.3 Tujuan Magang

Dengan terlaksananya program magang ini diharapkan adanya manfaat timbal balik bagi semua pihak yang terkait dalam pelaksanaan program MBKM Magang Mandiri PKKMM ini. Adapun tujuan/manfaat kegiatan magang ini adalah sebagai berikut

1. Meningkatkan kemampuan penulis dalam menciptakan desain yang kuat, kreatif, dan memikat untuk produk atau layanan
2. Memperoleh pengalaman langsung dalam proyek-proyek desain branding, sehingga mengasah kemampuan pengelolaan waktu dalam menyelesaikan proyek sesuai dengan standar spesifikasi
3. Membantu mempersiapkan penulis untuk memasuki dunia profesional desain branding setelah menyelesaikan program magang ini
4. Membuka pintu kesempatan untuk membangun hubungan profesional yang dapat bermanfaat di masa depan, sehingga juga dapat membantu membangun keterampilan interpersonal dan kemampuan bekerja dalam tim
5. Memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang industri desain branding, seperti tren terbaru, teknis proses kerja, tantangan yang dihadapi, serta apa yang diperlukan untuk berhasil di industri desain branding
6. Penulis dapat menambah pengalaman dan portofolio desain yang kuat, yang akan membantu penulis untuk bersaing di industri kerja dengan menunjukkan kemampuan dan pencapaian penulis kepada calon klien