

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Merdeka Belajar – Kampus Merdeka merupakan salah satu kebijakan dari Menteri Pendidikan dan Kebudayaan, yang bertujuan menyiapkan mahasiswa menghadapi perubahan sosial, budaya, dunia kerja dan kemajuan teknologi yang pesat, kompetensi mahasiswa harus disiapkan untuk lebih gayut dengan kebutuhan zaman (Dirjen Dikti Kemendikbud, 2020). Program MBKM ini memberikan peluang dan kesempatan yang sangat besar bagi mahasiswa/i di seluruh Indonesia baik dari PTN maupun PTS untuk dapat mengenali potensi diri, mengasah potensi tersebut, mengaplikasikan dan mengembangkan potensi yang telah dimiliki tersebut melalui praktek kerja atau pengalaman belajar langsung ke dunia kerja sebagai bentuk mempersiapkan diri menuju dunia kerja yang sesungguhnya.

Dalam praktek kerja magang yang dipilih, penulis memilih PT Kawakibi Digital Branding sebagai mitra kerja. PT Kawakibi Digital Branding merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa desain untuk mem-*branding* dan mengangkat UMKM di Indonesia, selain itu PT Kawakibi Digital Branding juga menawarkan jasa desain web, *stock* logo, desain maskot dan menyediakan *mockup template* sehingga para desainer grafis dengan mudah memanfaatkan kemudahan yang diberikan untuk memasukkan desainnya kedalam sebuah kemasan.

Di era ekonomi citra (*The Image Economy*) sekarang, *brand* menjadi aset terpenting yang menarik dan menentukan kesuksesan perusahaan. *Brand* yang kuat jadi rebutan dan diperjualbelikan. Di sisi lain, mahalnya biaya membangun *brand* baru, mendorong perusahaan melakukan *brand extension*: mengekstensifikasi atau mengoptimalkan atau mengkapitalisasi *brand* yang sudah jadi. Strategi *brand extension* ini tengah menjadi tren di Indonesia.

Menurut Kotler dan Keller (2003), *brand* atau merek adalah suatu nama, istilah, tanda, lambang, rancangan, atau kombinasi dari hal-hal tersebut, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seorang atau sekelompok penjual dan untuk membedakannya dari produk pesaing. Keberhasilan merek dapat diukur melalui tingkat pengenalan merek di masyarakat, tingginya asosiasi merek dengan suatu produk, persepsi positif dari pasar, dan tingkat kesetiaan konsumen terhadap merek tersebut. Keberadaan merek membantu konsumen dalam memilih produk berdasarkan pertimbangan yang beragam, dan menciptakan loyalitas konsumen terhadap merek tersebut, yang berasal dari pengenalan, pemilihan, dan ketaatan terhadap merek tersebut.

Tujuan dengan adanya *brand* dari suatu perusahaan bisnis adalah agar publik bisa melihat dan mengingat identitas (*brand identity*) yang memiliki pedoman atau panduan perusahaan dapat melakukan *branding* secara konsisten (Irfandanny et al., 2022). Memiliki *brand guideline* dalam suatu perusahaan bisnis maupun UMKM merupakan hal yang sangat penting, terutama untuk industri atau organisasi (Atmojo & Sofyan, 2011). Menurut Satyagraha & Mahatmi (2018) *Brand guideline* adalah hal penting untuk membentuk suatu citra merek atau *brand* yang konsisten dihadapan publik dan konsumen.

Penulis memilih untuk membuat *brand guideline* dengan tujuan menjaga nilai perusahaan agar tetap baik di mata masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan *branding* yang

akan menampilkan citra tertentu yang diinginkan perusahaan. Maka dari itu *branding* erat kaitannya dengan *brand image* dan *brand value*. *Branding* itu bisa dilakukan dengan sebuah media seperti *brand guideline*. *Brand guideline* inilah yang akan membantu mengarahkan konsumen ke citra tertentu yang ingin dibuat oleh perusahaan.

1.2. Lingkup

Dalam pekerjaan praktik magang, penulis ikut andil dalam pengerjaan desain logo, pencarian ide kreatif, pembuatan konten untuk sosial media Kawakibi serta sosial media klien, pembuatan *motion graphic*, dan desain untuk partai politik yang dibuat unggahan mingguan dan berisi informasi mengenai partai dan *fun game* untuk mengisi *feed*, pembuatan 3D serta *mockup* untuk klien.

1.3. Tujuan Magang

Merasakan kesempatan praktik kerja lapangan yang disediakan oleh Kampus Merdeka agar mengerti bagaimana melakukan pekerjaan bersama agensi profesional, menerapkan hasil yang sudah dipelajari pada saat perkuliahan dan menerapkannya di kehidupan bermasyarakat, melatih tanggung jawab dan kedisiplinan mahasiswa dalam mengerjakan suatu pekerjaan.