

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) merupakan program yang diinisiasi oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi. Dirancang untuk menjembatani dunia pendidikan dengan dunia kerja, program ini memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk terlibat langsung dalam lingkungan kerja nyata, menerapkan ilmu yang telah dipelajari selama masa belajar, dan mengasah keterampilan yang relevan dengan kebutuhan pasar tenaga kerja. Salah satu program dalam MBKM adalah Magang Mandiri, yang dirancang untuk memberikan pengalaman kerja langsung bagi mahasiswa.

PT Bio Farma (Persero) memiliki peran strategis dalam mendukung sektor kesehatan nasional, khususnya melalui penyediaan vaksin dan produk farmasi lainnya. Sebagai produsen vaksin terbesar di Asia Tenggara, PT Bio Farma (Persero) berkomitmen mendukung program imunisasi nasional dan global. Dengan fasilitas utama di Bandung, termasuk kantor pusat dan pabrik seluas 91.058 meter persegi, serta fasilitas pengembangbiakan hewan laboratorium di Bandung Barat seluas 282.441 meter persegi, perusahaan ini juga aktif menjalin komunikasi dengan masyarakat melalui berbagai inovasi produk farmasi dan media digital.

Dalam era digital yang terus berkembang, PT Bio Farma (Persero) memanfaatkan media digital sebagai sarana utama untuk berkomunikasi dengan masyarakat. Media digital, seperti media sosial dan website, tidak hanya berfungsi sebagai platform informasi tetapi juga sebagai alat promosi dan branding yang efektif. Optimalisasi konten visual untuk media digital menjadi bagian yang penting dalam strategi branding PT Bio Farma (Persero) sebagai upaya untuk lebih memperkenalkan dan memperkuat citra perusahaan di mata publik.

Namun, persaingan dalam dunia digital saat ini semakin ketat. Banyak perusahaan dan institusi yang juga berlomba-lomba untuk menciptakan konten yang tidak hanya informatif tetapi juga mampu menarik perhatian. Dalam konteks ini, optimalisasi konten visual menjadi kebutuhan mendesak. Konten visual seperti desain untuk konten sosial media perusahaan, desain infografis kesehatan, konten video edukasi kesehatan, konten video recap dari acara yang berhubungan dengan perusahaan, pembuatan guidebook untuk fotografi kepentingan perusahaan, serta desain slider website Bio Farma memiliki keunggulan dalam menyampaikan informasi secara cepat, efektif, dan menarik dibandingkan dengan sekedar teks panjang. Penelitian menunjukkan bahwa masyarakat cenderung lebih mudah memahami dan mengingat informasi yang disampaikan melalui media visual.

PT Bio Farma (Persero) dihadapkan dengan tantangan untuk menciptakan konten visual yang tidak hanya informatif dan kreatif, tetapi juga sesuai dengan identitas dan visi perusahaan. Kegagalan dalam mengelola konten visual dapat berdampak pada efektivitas komunikasi digital perusahaan, yang pada akhirnya memengaruhi citra perusahaan di mata masyarakat. Oleh sebab itu, upaya optimalisasi konten visual menjadi bagian penting dari strategi komunikasi perusahaan.

Laporan ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana optimalisasi konten visual dapat diterapkan secara strategis di media digital PT Bio Farma (Persero). Selain itu, laporan ini juga memberikan rekomendasi cara untuk meningkatkan branding perusahaan melalui media sosial. Dengan demikian, laporan ini diharapkan dapat menjadi acuan dalam pengelolaan media digital yang lebih efektif di masa mendatang.

1.2 Lingkup

Dalam posisi Corporate Communication PT Bio Farma (Persero) selama 3 bulan masa magang program Magang Mandiri Merdeka Belajar Kampus Merdeka, lingkup projek yang dikerjakan sebagian besar berfokus pada desain untuk konten sosial media perusahaan, desain infografis kesehatan, konten video edukasi kesehatan, konten video recap dari acara yang berhubungan dengan perusahaan, pembuatan guidebook untuk fotografi kepentingan perusahaan, serta desain slider website Bio Farma.

1.3 Tujuan

Tujuan penulis mengikuti program Magang Mandiri Merdeka Belajar Kampus Merdeka adalah sebagai berikut :

1. Mendapatkan pembelajaran dan pengalaman dunia kerja profesional yang relevan dengan bidang studi.
2. Menerapkan teori yang telah dipelajari selama masa studi dengan pengalaman langsung di dunia kerja, khususnya dalam bidang komunikasi visual dan manajemen media sosial.
3. Meningkatkan kemampuan dalam desain grafis, khususnya dalam pembuatan dan pengelolaan konten visual untuk media sosial, yang selaras dengan kebutuhan organisasi pemerintah.
4. Melatih keterampilan kerja sama tim, komunikasi interpersonal, manajemen waktu, dan kemampuan memecahkan masalah dalam lingkungan kerja profesional.
5. Mendalami cara kerja, budaya organisasi, serta proses pengambilan keputusan di lingkungan instansi pemerintah.
6. Memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan citra PT Bio Farma (Persero) melalui pengelolaan konten visual yang kreatif, informatif, dan menarik.