

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk memperoleh pengalaman pembelajaran di luar lingkungan kampus, salah satunya melalui kegiatan *Magang Mandiri*. Program ini bertujuan untuk menjembatani kesenjangan antara pembelajaran teori di perguruan tinggi dengan kebutuhan praktik di dunia industri. Dengan demikian, mahasiswa tidak hanya diharapkan menguasai konsep teoritis, tetapi juga mampu menerapkannya secara langsung dalam konteks profesional.

Pelaksanaan *Magang Mandiri* dirancang untuk memberikan pengalaman kerja nyata yang memungkinkan mahasiswa mengembangkan berbagai keterampilan penting, seperti kemampuan teknis, komunikasi, dan kreativitas. Pengalaman ini menjadi modal utama untuk mempersiapkan diri menghadapi berbagai tantangan di dunia kerja setelah menyelesaikan pendidikan formal.

Perkembangan era digital turut memberikan pengaruh besar pada metode pemasaran, khususnya pada *visual marketing* yang semakin signifikan dalam membangun komunikasi efektif antara perusahaan dan audiensnya. Elemen visual menjadi komponen utama dalam menciptakan identitas merek yang kuat, mampu menarik perhatian konsumen, dan menyampaikan pesan secara tepat sasaran. Peran *visual marketing* tidak hanya terbatas pada kebutuhan internal perusahaan, tetapi juga sebagai strategi promosi yang mendukung daya saing perusahaan di pasar.

FWD Insurance, sebagai perusahaan yang bergerak di industri asuransi, memiliki kebutuhan strategis terhadap pengembangan konten kreatif dan komunikasi merek yang efektif. Penulis menjalani *Magang Mandiri* di FWD Insurance sebagai bagian dari tim *Brand Management*, dengan tanggung jawab menghasilkan konten yang menarik, mengembangkan strategi komunikasi, serta memperkuat identitas merek agar dapat lebih relevan dengan target audiens.

Melalui kegiatan *Magang Mandiri* ini, penulis memperoleh pemahaman mendalam mengenai dinamika industri asuransi serta penerapan strategi *visual marketing* yang efektif. Pengalaman ini juga memberikan kesempatan untuk mengasah kemampuan analitis dalam memahami kebutuhan pasar dan menerapkan prinsip-prinsip pemasaran visual yang mendukung keberhasilan aktivitas promosi dan operasional perusahaan.



Gambar 1.1 Gedung FWD Insurance (Kiri) Indonesia dan Logo FWD Insurance (Kanan)
(Sumber: Data Mitra *Brand Hub*, 2025)

1.2 Lingkup

Selama menjalani magang mandiri selama empat bulan di FWD Insurance, penulis berperan sebagai *Brand Management Intern* dengan fokus pada strategi komunikasi dan penguatan identitas visual perusahaan. Lingkup pekerjaan melibatkan keterlibatan langsung dalam perencanaan dan pelaksanaan *campaign digital* bertema literasi keuangan, mulai dari pengembangan pesan hingga pengawasan elemen visual agar tetap konsisten dengan identitas merek.

Penulis juga berkontribusi dalam proses *product launching*, khususnya dalam produksi konten *videografi* dan *photography* serta pengelolaan *event*, guna memastikan semua output komunikasi merek disampaikan secara profesional dan relevan dengan audiens. Selain kerja kolaboratif, penulis mengerjakan *individual project* yang berfokus pada komunikasi visual strategis, dengan merancang konten *branding* yang dirancang untuk memperkuat hubungan emosional antara *brand* dan target pasar. Lingkup ini memberikan wawasan mendalam tentang pentingnya keselarasan visual dalam strategi pemasaran dan komunikasi perusahaan.

1.3 Tujuan Magang

Tujuan dan hasil yang diharapkan dari program magang ini adalah sebagai berikut:

- Memberikan pengalaman langsung kepada penulis dalam lingkungan kerja profesional, khususnya di bidang *Brand Management* dan komunikasi visual.
- Memperdalam pemahaman terhadap strategi komunikasi yang efektif dan selaras dengan identitas merek di industri asuransi.
- Menerapkan teori desain komunikasi visual yang telah dipelajari selama masa perkuliahan ke dalam praktik kerja nyata, termasuk perancangan konten *campaign* dan materi *product launching*.
- Mengembangkan kemampuan kolaborasi lintas divisi, mulai dari tim kreatif hingga *vendor production*, untuk menciptakan *output* yang sesuai dengan standar perusahaan.
- Membiasakan diri dengan dinamika kerja profesional, termasuk pengelolaan proyek kreatif dengan tenggat waktu ketat dan perhatian tinggi terhadap *detail*.
- Memberikan kontribusi nyata melalui *individual project* maupun kolaboratif yang mendukung konsistensi komunikasi *brand* dan mampu meningkatkan keterlibatan audiens terhadap *brand* FWD.