

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Program Magang Mandiri Kampus Merdeka merupakan salah satu implementasi dari kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) yang digagas oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia. Program ini bertujuan untuk memberikan pengalaman belajar di luar lingkungan kampus kepada penulis. Dengan melibatkan diri dalam dunia kerja nyata, mahasiswa tidak hanya belajar secara teoritis tetapi juga mempraktikkan ilmu yang telah diperoleh selama masa studi. Hal ini diharapkan mampu mempersiapkan mahasiswa menghadapi tantangan di dunia kerja yang semakin kompleks dan kompetitif. Magang ini dirancang untuk meningkatkan kapasitas mahasiswa dalam berbagai aspek, termasuk penguasaan keterampilan teknis (hard skills) seperti desain, komunikasi visual, dan strategi branding, serta pengembangan keterampilan non-teknis (soft skills) seperti kemampuan komunikasi, kepemimpinan, manajemen waktu, pemecahan masalah, dan adaptasi terhadap lingkungan kerja yang dinamis. Melalui program ini, penulis juga diberikan kesempatan untuk memperluas jaringan profesional yang dapat menjadi bekal penting setelah lulus dari perguruan tinggi.

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur melalui Program Studi Desain Komunikasi Visual memiliki visi untuk mencetak lulusan yang kompeten di bidang industri kreatif. Salah satu strategi untuk mewujudkan visi tersebut adalah dengan memberikan kesempatan pada mahasiswa untuk mendalami penjurusan yang diminati, salah satunya adalah Visual Marketing. Penjurusan ini dirancang untuk memberikan pengetahuan dan ketrampilan yang mendalam yang berfokus kepada marketing yang dibalut dengan visual sehingga bisa menarik audiens. Dalam lingkup tersebut, penulis melaksanakan program magang mandiri di PT. Kreature Media, Perusahaan yang bergerak di event organizer dan agensi kreatif yang berfokus pada penyelenggaraan event dan promosi digital melalui media social.

Selama proses magang berlangsung, penulis ditempatkan di divisi social media marketing, divisi tersebut bertanggung jawab dalam pengelolaan akun media social klient dan Perusahaan. Tugas yang dilakukan mencakup pembuatan konten plant, moodboard, desain feed dan reels, pembuatan caption, dan uploading konten ke social media. Selain itu penulis juga dipercaya untuk menjadi penanggung jawab divisi publikasi dan produksi desain di event CreativeCommunityDay, sebagai penanggung jawab penulis berperan untuk memmanagement kinerja tim dan memastikan seluruh kebutuhan publikasi dan produksi desain berjalan dengna lancer, mulai dari media social hingga desain cetak fisik yang sesuai.

Pengalaman yang didapat selama magang di PT. Kreature Media memberikan penulis pemahaman yang lebih luas mengenai penerapan visual marketing dalam social media marketing dan produksi event. Selain mengasah kemampuan teknis dalam desain dan strategi komunikasi visual, penulis juga belajar tentang manajemen waktu, koordinasi lintas divisi, dan pentingnya kerja sama tim dalam mendukung kelancaran sebuah event. Dengan bimbingan dari mentor dan tim profesional di perusahaan, penulis mendapatkan banyak wawasan tentang praktik industri kreatif di lapangan. Berdasarkan pengalaman yang didapat, laporan ini disusun untuk mendokumentasikan proses magang, peran serta kontribusi yang telah dilakukan selama magang di PT. Kreature Media. Diluar dari itu, laporan ini disusun untuk menjadi sarana penting dalam mempersiapkan diri sebelum terjun kedalam dunia kerja, terkhusus dibidang desain komunikasi visual dan visual marketing.



Gambar 1 1 Logo PT.Kreature Media

1.2 Lingkup

Dalam berlangsungnya proses magang, penulis ditempatkan di divisi social media marketing pada Perusahaan PT. Krearture Media, pada divisi social media marketing penulis belajar tahap tahap dalam pekerjaan meliputi briefing, pembuatan konten plant, pembuatan moodboard, pembuatan desain feeds dan reels, dan pembuatan caption yang menarik agar mengundang dan menarik bagi audiens.

Dalam Perusahaan PT. krearture yang bergerak dibidang kreatif, dengan berfokus kepada social media dan event organizer, dan bertempat di Surabaya, divisi social media marketing menjalankan berbagai tahapan sebelum akhirnya diupload di social media, dimulai dari briefing untuk memahami kebutuhan dan tujuan klien melalui arahan yang diberikan. Selanjutnya, pembuatan konten plant untuk menentukan konten apa yang akan dibuat nantinya yang cocok dengan target audiens. Tahap berikutnya adalah pembuatan moodboard untuk menjadi dasar isi konten yang akan dibuat, didalam moodboard ini penulis dan tim menentukan style desain dan konten reels yang sedang viral untuk menjadi landasan dalam pembuatan desain feeds dan reels nantinya. Setelah tahap moodboard selesai barulah menuju proses pembuatan desain feeds dan reels untuk Instagram. Barulah ke tahap pembuatan caption yang cocok dan menarik untuk target audiens.

1.3 Tujuan

- Mendapatkan pengalaman baru melalui keterlibatan langsung dalam dunia kerja profesional, khususnya dibidang industri kreatif dan event organizer.
- Menambah wawasan dan keterampilan, baik dalam bentuk hard skill yang mencakup sosial media marketing, branding, dan dan desain grafis, maupun soft skill seperti kemampuan komunikasi, manajemen waktu, kerja sama tim, yang belum sepenuhnya diperoleh di lingkungan perkuliahan sebelumnya.
- Menerapkan ilmu dan teori yang telah dipelajari selama masa perkuliahan, khususnya dalam bidang visual marketing, branding, dan dan desain komunikasi visual, agar dapat memberikan kontribusi yang nyata di lingkungan kerja dan bermanfaat bagi masyarakat luas.
- Meningkatkan cara berkomunikasi dan bersikap dalam dunia kerja dan masyarakat tentang bagaimana cara penulis berdiskusi, eksekusi desain, seerta mempresentasikan hasil pekerjaan secara efektif kepada tim maupun pihak terkait.
- Melatih mental serta adaptasi penulis dalam dunia kerja secara profesional, sehingga penulis dapat terbiasa meghadapi berbagai situasi, tekanan pekerjaan, dinamika dunia kerja secara optimal di masa mendatang.