

Volume: 9
Nomor : 4
Bulan : November
Tahun : 2023

E-ISSN: 2656-940X
P-ISSN: 2442-367X
URL: jurnal.ideaspublishing.co.id



Peran Penting Magang Bersertifikat untuk Meningkatkan Kompetensi *Skill* Mahasiswa Kreatif Periklanan Indonesia

Kezia Sachi Sinamo

Elizabeth Susanti

Jessica Yonatia

Universitas Kristen Maranatha

Poe-el: elizabeth.susanti@yahoo.com

DOI: 10.32884/ideas.v9i4.1510

Abstrak

Dunia berubah semakin cepat, menuntut kompetensi *skill* bagi mahasiswa terkhusus kreatif periklanan sesuai dengan kebutuhan industri. Untuk mewujudkan peningkatan kompetensi dengan kebutuhan industri terdapat beberapa cara yaitu mengandalkan ilmu desain komunikasi visual serta menggunakan strategi kampanye melalui *event* dan media kepada khalayak sasaran yaitu mahasiswa kreatif periklanan semester tiga sampai lima di perguruan tinggi. Pengumpulan data ini dilakukan dengan cara metode kualitatif yaitu data primer dengan wawancara, kuesioner, dan FGD. Terdapat pembahasan dalam kampanye ini adalah membuat kampanye yang informatif dengan pendekatan gaya persuasif dan edukatif untuk mensosialisasikan manfaat Magang Bersertifikat Kampus Merdeka. Hasil akhir yang diperoleh berupa *prototype* desain berbagai macam media dalam mengkampanyekan program ini secara tepat sasaran. Diharapkan melalui penelitian ini, bisa dimanfaatkan sebagai percontohan dalam menyampaikan informasi serupa.

Kata Kunci

Ilustrasi, kampus merdeka, magang, pendidikan, sosialisasi

Abstract

The world is changing rapidly, demanding competency skills for students, especially creative advertising according to industry needs. There are several ways to realize increased competence with industry needs, namely relying on visual communication design knowledge and using campaign strategies through events and media to target audiences, namely creative advertising students in semesters three to five in tertiary institutions. This data was collected using qualitative methods, namely primary data with interviews, questionnaires, and FGD. There is discussion in this campaign, namely making an informative campaign with a persuasive and educative approach to socialize the benefits of an independent campus certified internship. The final result is in the form of prototype designs for various types of media to campaign this program in a targeted manner. Through this research, it can be used as an example of conveying similar information.

Keywords

Illustration, independent campus, apprenticeship, education, socialization

Pendahuluan

Magang Bersertifikat Kampus Merdeka merupakan program dan salah satu solusi yang dirancang oleh pemerintah dalam mengatasi permasalahan dunia pendidikan saat ini, yaitu rendahnya penyerapan tenaga kerja dan kurangnya relevansi lulusan dengan dunia industri

(Lantara, 2021). Berdasarkan informasi yang didapatkan, terdapat 4.560 perguruan tinggi di Indonesia dengan mahasiswa sebanyak 9.467.824 (PDDikti, 2022). Hal ini tentunya membutuhkan lapangan kerja yang besar agar mereka dapat berkarya. Namun pada kenyataannya, lapangan kerja tidak sebanding dengan jumlah mahasiswa maupun lulusan perguruan tinggi. Di lain pihak, perusahaan kesulitan mendapatkan tenaga kerja lulusan perguruan tinggi dengan kompetensi *skill* yang dibutuhkan industri.

Program magang bersertifikat merupakan bagian dari kebijakan Merdeka Belajar yang dirancang oleh Kemendikbud pada awal tahun 2020. Hal ini bertujuan untuk memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk mengasah kemampuan sesuai dengan minat dan bakat (Lantara, 2021). Tentu saja mereka akan terjun langsung ke dunia kerja sebagai persiapan karier masa depan. Magang Bersertifikat Kampus Merdeka menjadi salah satu program agar mahasiswa menimba ilmu dan membentuk kompetensi *skill* langsung di lapangan untuk mempersiapkan masa depan sekaligus mengimbangi kemajuan industri. Pada era digital saat ini, sangat disayangkan banyak mahasiswa yang belum memahami dan mengikuti program Magang Bersertifikat Kampus Merdeka karena kurangnya informasi yang diperoleh. Kompetensi *skill* yang didapatkan dari Magang Bersertifikat Kampus Merdeka dibagi menjadi dua yaitu *hard skill* dan *soft skill* (Kampus Merdeka, 2022).

Hard skill adalah kemampuan membuat desain visual yang inovatif sebagai solusi yang kreatif dalam berbagai kanal komunikasi (*offline* dan *online*), memahami prinsip dasar dalam mendesain dan alurnya termasuk memahami tren desain, memproduksi desain sesuai dengan konsep dan rancangan hingga memberi evaluasi atas produk, serta menggunakan berbagai perangkat maupun aplikasi dalam membuat konten. Sementara *soft skill* adalah kemampuan analisa dan mencari alternatif solusi melalui analisa masalah, *research* dan *benchmark*, kemampuan berkomunikasi, berkolaborasi dan bekerja sama dengan orang lain dalam mencapai target kerja secara maksimal.

Kebaruhan penelitian ini adalah pada kontennya, yaitu program magang bersertifikat. Ini adalah program baru yang dicetuskan oleh pemerintah, sehingga masih sedikit penelitian yang membahas masalah ini, salah satunya penelitian di bidang desain. Upaya untuk mendukung program pemerintah dalam penelitian ini adalah bagaimana bidang ilmu desain komunikasi visual berperan dalam pemanfaatan strategi kampanye Magang Bersertifikat Kampus Merdeka melalui *event*. Strategi kampanye terbagi dalam dua kategori yaitu melalui media cetak dan media *online*. Dengan penerapan ilmu bidang desain komunikasi visual dalam media kampanye dapat memberikan *prototype* media untuk *event* lengkap dengan merchandisanya dengan visual yang jelas dan menarik sesuai target sehingga menarik *audience* dalam memperoleh informasi, bahkan mengikuti program Magang Bersertifikat Kampus Merdeka.

Metode

Beberapa metode pengumpulan data yang dipakai dalam perancangan kampanye Magang Bersertifikat Kampus Merdeka melalui *event* ini menggunakan metode kualitatif yang sifatnya subjektif dari pola pandang seseorang secara jelas dan terperinci mengenai fakta yang mendalam mengenai suatu kejadian. Pengumpulan data dalam perancangan ini melalui wawancara, pembagian kuesioner *online*, studi pustaka, dan *forum group discussion*.



Data Primer didukung dengan wawancara interaksi dengan narasumber Ibu Rosye Wulandari, S.S., M.M selaku ketua program Merdeka Belajar Kampus Merdeka di Universitas Kristen Maranatha pada bulan September 2022 dan Ibu Berti Alia Bahaduri, Skr.Pg.Dip., M.Ds selaku ketua Magang dan Studi Independen Bersertifikat pada program sarjana Desain Komunikasi Visual, Universitas Kristen Maranatha. Pemilihan narasumber didasari karena program MBKM Universitas Kristen Maranatha sudah berjalan cukup baik, dan peserta terbanyak berasal dari jurusan Desain Komunikasi Visual. Berdasarkan wawancara, dapat disimpulkan bahwa program ini memiliki banyak keuntungan bagi mahasiswa yang mengikutinya, antara lain meningkatkan *soft skill* dan *hard skill* sesuai dengan perkembangan teknologi. Melalui proyek yang diberikan, mahasiswa dapat mengembangkan sekaligus menerapkan apa yang telah dipelajari di dalam kelas, sehingga mahasiswa mendapat gambaran dunia kerja yang nyata agar dapat bekerja sama dalam lingkungan kerja. Program ini menantang mahasiswa serta meningkatkan kualitas SDM Indonesia sehingga ketika lulus nanti menjadi sangat siap di lingkungan kerja. Oleh karena itu diharapkan banyak mahasiswa di Indonesia memahami sekaligus mengikuti program Magang Bersertifikat Kampus Merdeka. Mahasiswa merupakan aset negara untuk memajukan Indonesia, sehingga penting untuk memperkenalkan dan memberikan informasi mengenai manfaat dari program Magang Bersertifikat Kampus Merdeka kepada mahasiswa semester tiga hingga lima di perguruan tinggi Indonesia.

Selain itu pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang dibagikan kepada 100 responden berusia 18-22 tahun di perguruan tinggi Indonesia melalui Google Form. Data yang dikumpulkan untuk mengetahui apakah responden memahami manfaat program Magang Bersertifikat Kampus Merdeka, tingkat ketertarikan pada program ini, media yang cocok untuk menyampaikan informasi secara efektif, serta harapan maupun kendala yang dihadapi. Berdasarkan jawaban dari 100 responden, dapat disimpulkan bahwa 26,4% belum mengetahui Magang Bersertifikat Kampus Merdeka namun 54,7% responden tertarik ikut Magang Bersertifikat Kampus Merdeka, sehingga program ini sangat perlu disosialisasikan agar masyarakat menjadi tahu, dan yang berminat menemukan sarana informasi.

Selain meneliti pendapat kandidat yang belum mengetahui dan yang ingin mengikuti, dilakukan juga penelitian terhadap kandidat yang sudah mengikuti program ini. Aksi *forum group discussion* untuk mengetahui testimoni mereka dilakukan secara *online* melalui Zoom pada tanggal 20 Oktober 2022 pukul 14.56 WIB. Alumni peserta Magang Bersertifikat Kampus Merdeka yaitu Reinatha Prianka, Oka Putra, dan Ritzky Bayuswara mengakui banyak manfaat yang didapatkan selama mengikuti program Magang Bersertifikat Kampus Merdeka seperti *hard skill* dan *soft skill*. Melalui proyek yang diberikan, mereka ditantang untuk mampu mengaplikasikan perkembangan teknologi. Selama enam bulan magang, peserta juga dituntut untuk beradaptasi dengan lingkungan kerja, mampu berinteraksi dengan rekan kerja, menyelesaikan pekerjaan dengan *deadline* yang tidak menentu, serta berkoordinasi/berkolaborasi dalam proyek yang diberikan. Hal inilah yang menjadi alasan mereka untuk merekomendasikan program ini kepada mahasiswa lain.

Program ini memberikan gambaran bahwa mahasiswa berpeluang untuk mendapatkan keberlanjutan karier, untuk diterima sebagai karyawan tetap di tempat magang; keterlibatan langsung dan mendalam sebagai pengalaman kerja yang akan digunakan setelah lulus dari

Universitas dan gambaran nyata dunia bekerja di mana mahasiswa/mahasiswi mendapat pengetahuan yang terbaik dalam industri yang diminati (Magang Kampus Merdeka, 2022).

Hasil dan Pembahasan

Hasil

Dari data yang sudah dikumpulkan, berikut rancangan karya desain untuk menyukseskan program Magang Bersertifikat Kampus Merdeka.

1. Booth 3D dan X-Banner

Booth 3D menggunakan bahan *plywood* berbahan kuat dan kokoh. *Booth* akan dipasang di Istora Senayan Jakarta selama 3 hari. Istora Senayan ramai dikunjungi terutama di akhir pekan karena merupakan pusat kawasan aktivitas warga Jakarta. *Event* ini mempertemukan penanggung jawab MBKM, perusahaan partner, mahasiswa, dan konsultan karier sehingga terjadi interaksi langsung yang efektif dalam mensosialisasikan Magang Bersertifikat Kampus Merdeka.

X-Banner menggunakan bahan *flexi jerman* berukuran 60x160 cm. *Flyer* yang didesain ini akan dipasang pada saat *event* berlangsung. Tampilan visual mahasiswa yang menunjuk ke atas untuk mengarahkan perhatian *audience* kepada informasi *event* MBKM tersebut.



Gambar 1. Booth dan X-Banner Magang Bersertifikat Kampus Merdeka

Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis

2. Brosur dan Poster

Brosur menggunakan bahan *art paper glossy* berukuran 210x297 mm, lipat tiga (*tri fold*). Brosur ini akan dibagikan pada saat *event* berlangsung untuk mempermudah audiensi mendapatkan informasi. Tampilan visual pada kover brosur, menunjukkan mahasiswa siap berkarier karena *skill* sudah *ter-upgrade* melalui Magang Bersertifikat Kampus Merdeka. Poster berfungsi untuk menyalurkan informasi dengan tipografi, ilustrasi, warna, dan *layout* yang menarik sesuai target usia yang dituju (Yonatia & Susanti, 2022). Dipasang di mading kampus untuk menarik perhatian audiensi. Poster ini menggunakan *art paper glossy* berukuran 29,7x42 cm. Tampilan visual mahasiswa menunjukkan *skill* yang di dapat melalui program Magang Bersertifikat Kampus Merdeka.



Gambar 2. Poster dan Brosur Magang Bersertifikat Kampus Merdeka
Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis

3. Billboard

Billboard front light yang menggunakan papan iklan dengan penerangan lampu sorot dari depan. *Billboard* berukuran 3x5 m, horizontal. *Billboard* akan dipasang di dua tempat, yaitu di depan Gelora Bung Karno yang menghadap jalan Sudirman dan di Istora Senayan. Kedua lokasi tersebut merupakan pusat aktivitas masyarakat Jakarta terutama di akhir pekan. Tampilan visual mahasiswa menunjukkan tingginya percaya diri mahasiswa yang sudah ikut program Magang Bersertifikat Kampus Merdeka.



Gambar 3. *Billboard* Magang Bersertifikat Kampus Merdeka
Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis

4. Uniform

Uniform menggunakan bahan katun dengan berbagai ukuran S, M, L dan XL.



Gambar 4. *Uniform* Magang Bersertifikat Kampus Merdeka
Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis

5. Merchandise

Kenang-kenangan sekaligus pengingat Magang Bersertifikat Kampus Merdeka bagi mahasiswa.



Gambar 5. Poster dan *Totebag* Magang Bersertifikat Kampus Merdeka
Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis



Gambar 6. *USB* dan *Hand Sanitizer* Magang Bersertifikat Kampus Merdeka
Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis



Gambar 7. *Pin* dan *Gantungan Kunci* Magang Bersertifikat Kampus Merdeka
Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis



Gambar 8. *Pop Socket*, *Botol Minum* dan *Lampu Akrilik* Magang Bersertifikat Kampus Merdeka
Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis

Merchandise mouse pad menggunakan bahan *hardpad* berukuran 300x350 mm. *Mouse pad* dapat digunakan mahasiswa untuk menyeimbangkan *mouse* dengan laptop. *Merchandise totebag* menggunakan bahan kanvas berukuran 36x41 cm. *Totebag* berkapasitas besar untuk mempermudah mahasiswa membawa banyak barang. *Merchandise USB* menggunakan bahan (PVC) *Polyvinyl Chlorider* yang kuat dan tahan lama. *USB* seperti *wallet card micro flip* berkapasitas 4GB berukuran 5,3 x 8,4 cm. *USB* dapat digunakan untuk menyimpan banyak data, mengingat mahasiswa memiliki tugas yang memerlukan kapasitas besar. *Merchandise hand sanitizer* menggunakan bahan plastik berukuran 5,7x10 cm. *Hand sanitizer* digunakan untuk mencegah virus sekaligus bentuk dukungan Magang Bersertifikat Kampus Merdeka dalam menjaga protokol kesehatan. *Merchandise pin* menggunakan bahan akrilik berukuran 4,5 x 7,5 cm. *Pin* dapat digunakan pada tas, topi, baju, dan bahan lainnya yang bersifat kain. *Merchandise gantungan kunci* menggunakan bahan akrilik berukuran 3,5x5,5 cm. *Gantungan kunci* menambah kesan indah pada kunci dan barang lainnya.



Merchandise pop socket menggunakan bahan akrilik berukuran 4,5x5 cm. *Pop socket* digunakan sebagai penahan *handphone*. *Merchandise* botol minum menggunakan bahan *plastic premium* ukuran 1L. Lampu akrilik menggunakan bahan akrilik ukuran 10x12 cm. Lampu akrilik ini sebagai lampu belajar untuk memberi semangat mahasiswa dalam mempersiapkan masa depan bersama maskot Magang Bersertifikat Kampus Merdeka.

Pembahasan

Kampanye dalam media adalah penyampaian pesan secara singkat dan padat dengan penggunaan desain komunikasi visual yang akan diaplikasikan ke dalam media. Hal ini bertujuan untuk mempermudah audiensi sehingga mudah mengerti isi dari kampanye yang dibuat. Konten kampanye berperan dalam pembuatan *image visual*, bermula dari desain yang mampu menerapkan konten ke dalam pesan visual yang akan diterima oleh target. Visual yang dimaksud adalah tulisan dan gambar sebagai objek yang mengaitkan dengan semiotika (Pangestu, 2019). Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan dianalisis, maka *targeting* dalam perancangan kampanye ini adalah mahasiswa kreatif periklanan usia 18-22 tahun baik laki-laki maupun perempuan di kota besar di Indonesia, yang memiliki rasa ingin tahu yang tinggi, menyukai hal-hal baru, *up to date* serta *familiar* dengan aktivitas digital dari semua kalangan sosial budaya. Target ini adalah mahasiswa yang sesuai dengan syarat yang diajukan oleh program MBKM. *Positioning* ditujukan kepada semua mahasiswa/i kreatif periklanan yang menyukai tantangan dan ingin meningkatkan kompetensi *skill* serta mempersiapkan masa depan dengan pengalaman magang di perusahaan yang kredibel di bawah bimbingan langsung dari pakar industri, tanpa mengganggu/memperpanjang durasi kuliahnya karena dapat dikonversikan dengan 20 SKS. Selain itu mahasiswa bisa memilih bidang sesuai minat dan bakat yang mereka inginkan. Dalam pembuatan sebuah desain yang baik dan sesuai target *audience*, perlu diperhatikan tiga konsep utama, yaitu konsep komunikasi, konsep kreatif, dan konsep media.

Konsep Komunikasi

Untuk menyukseskan program ini adalah melakukan perancangan kampanye melalui *event* dengan menggunakan ilustrasi dan fotografi yang informatif, persuasif, dan edukatif untuk mensosialisasikan manfaat Magang Bersertifikat Kampus Merdeka. Fotografi merupakan ide dan gagasan yang dirancang menjadi suatu konsep pemikiran untuk mencapai karya artistik dan estetik sehingga pesan komunikasi secara visual dapat tersampaikan dengan baik. Fotografi sangat erat dengan dunia periklanan yang berkaitan dengan media cetak maupun elektronik karena visual yang mampu menggambarkan keadaan serta daya tarik terhadap produk, jasa, maupun kebutuhan komersial lainnya. Teknik ini akan berhasil jika daya tarik foto baik komersial maupun nonkomersial mampu untuk menarik perhatian sasaran dan target (Gunawan & Lesmana, 2023). Sosialisasi didefinisikan sebagai upaya memasyarakatkan sesuatu sehingga menjadi dikenal. Dalam hal Magang Bersertifikat Kampus Merdeka, sosialisasi adalah upaya memasyarakatkan sesuatu sehingga menjadi dikenal oleh masyarakat dalam kebijakan. Selain dapat terlaksana dengan baik juga mendapatkan dukungan dari masyarakat (Pangestu, 2019).

Konsep Kreatif

Dalam buku yang berjudul *Seni Ilustrasi*, Salam (2017) berpendapat bahwa secara etimologis, istilah ilustrasi diambil dari bahasa Inggris *illustration* yang bentuk kata kerjanya *to illustrate* merupakan bahasa latin yang artinya membuat terang. Dari pengertian ini berkembang menjadi gambar yang bercerita untuk memperjelas sesuatu yang ingin disampaikan/dikomunikasikan melalui visual kepada target audiensi. Visual ilustrasi *vector* yang bersifat *simple* dan menarik agar mampu menarik perhatian target. Visual yang ditampilkan adalah 2 mahasiswa yang menggambarkan profesi dari periklanan serta maskot yang menjadi penggerak program MBKM adalah “Owi” *Owl Intechnology* yang artinya kemajuan teknologi juga sejalan dengan tujuan program MBKM untuk meningkatkan kompetensi *skill* mahasiswa dengan perkembangan teknologi. Selain itu, *owl* merupakan simbol pendidikan dan juga memiliki sifat ambisius, cerdas, dan tangguh. Sedangkan visual ilustrasi dengan menampilkan ornamen grafis yang berkaitan dengan periklanan sebagai *background*. Setiap warna memberikan reaksi dan respon yang berbeda pada otak manusia. Ada warna yang dapat mendeskripsikan rasa marah, agresif, tenang, dan sebagainya.

Berbagai macam warna dapat mempengaruhi psikologis seseorang yang melihatnya. Dikutip dari kompas.com, terdapat beberapa warna dan kesan yang ditimbulkan pada penglihatan manusia. Warna merah menggambarkan keadaan psikis yang semangat, berani, energik, tangguh dan kekuatan. Warna oranye menggambarkan kesan hangat dan bersemangat. Warna kuning menggambarkan karakter menyenangkan optimis, semangat, ceria, dan santai. Warna biru memberi efek menenangkan dan diyakini mampu mengatasi kecemasan, juga memberi kesan profesional dan kepercayaan. Warna hijau identik dengan alam, oleh karena itu hijau dominan dengan suasana tenang, segar, sejuk, dan santai (Turangan, 2016).

Beberapa warna yang digunakan dalam visual kampanye adalah warna biru dongker sebagai perkembangan teknologi yang cepat, biru tosca sebagai ilmu yang inovatif, merah sebagai percaya diri dan antusias mahasiswa dalam program Magang Bersertifikat Kampus Merdeka dan kuning sebagai semangat mahasiswa dalam meningkatkan *hard skill* dan *soft skill* untuk dunia kerja nantinya.



Gambar 9. Palet Warna
Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis

Tipografi merupakan bagian penting dalam desain, fungsi yang tujuannya untuk menarik secara visual, penyampaian informasi yang tepat antara desain dengan pembacanya. Tipografi juga menciptakan kesan khusus sehingga mendapatkan kenyamanan dalam membaca (Gunawan dkk., 2011). Misalnya dengan menggunakan *typeface* dan gaya *font* yang menyesuaikan ukuran, jarak, dan yang lainnya. Kata-kata mampu memengaruhi dalam menyampaikan pesan dan kesan yang berbeda tergantung pada desainnya (Hergy dkk., 2019). Pemilihan tipografi pada perancangan ini yaitu menggunakan *font* rubik dan *font* Poppins. *Font* rubik dijadikan sebagai tampilan *headline* poster, *billboard*, *flyer*, *booth*, *banner*, dan Instagram. *Font* ini memiliki sifat modern dan sederhana. Walaupun sederhana dan modern,



namun *font* ini memiliki ciri khas yang mudah diingat dan mudah dibaca oleh audiensi. Sedangkan *font Poppins*, font ini digunakan sebagai *bodytext* pada brosur karena memiliki sifat yang modern dan jelas sehingga audiensi nyaman dan mudah membaca informasi yang disampaikan.

Konsep Media

Terdapat beberapa media yang digunakan untuk menyampaikan konsep kampanye manfaat Magang Bersertifikat Kampus Merdeka yaitu menggunakan media cetak dan media *digital*. Media *digital* yang digunakan adalah Instagram. Instagram merupakan media populer anak muda yang bisa menampilkan informasi secara lengkap dan menarik (Octaviany dkk., 2023; Rashad dkk., 2022), dan dapat dimanfaatkan sebagai sarana pemasaran (Prasetyo dkk., 2023). Sedangkan untuk media cetak yang digunakan adalah *booth*, *uniform*, poster, *flyer*, *x-banner*, *billboard*, brosur (Kalmansur dkk., 2023), serta *merchandise* seperti gantungan kunci, *pin*, *pop socket*, *hand sanitizer*, USB, *totebag*, lampu akrilik, botol minum, dan *mouse pad*.

Penyampaian kampanye pada media Instagram menampilkan penjelasan, informasi, dan keseruan yang akan dilakukan selama *event* berlangsung. Pada tampilan media cetak seperti *booth*, *uniform*, poster, *flyer*, *banner*, *billboard*, brosur, serta *merchandise* adalah upaya kampanye yang dapat dinikmati oleh mahasiswa dengan berinteraksi satu sama lain. Selain itu juga menjadi kenang-kenangan bagi mahasiswa yang menggunakan *merchandise* tersebut.

Simpulan

Berdasarkan analisa data, dapat disimpulkan bahwa cukup banyak mahasiswa yang belum mengenal serta memahami manfaat program Magang Bersertifikat Kampus Merdeka. Oleh karena itu, sangat dibutuhkan ilmu desain komunikasi visual dalam melakukan kegiatan kampanye melalui *event* dan media. *Booth* dipilih sebagai media utama karena mahasiswa dapat berinteraksi langsung dengan nara sumber (baik penanggung jawab Magang Bersertifikat Kampus Merdeka, testimoni dari peserta program maupun pihak mitra/perusahaan), permainan (*game*) interaktif maupun langsung melakukan pendaftaran magang, bahkan membeli *merchandise* yang menarik dengan harga terjangkau.

Media sosial Instagram juga dipilih karena memiliki pengguna cukup banyak dan memuat berbagai informasi mengenai Magang Bersertifikat Kampus Merdeka. Selain aktif dalam kegiatan *event*, media evaluasi juga sangat penting untuk mendapatkan *feedback*, agar dapat mengetahui seberapa efektif kegiatan kampanye yang dilakukan. Perancangan sosialisasi ini merupakan gambaran cara yang tepat untuk mensosialisasikan Magang Bersertifikat Kampus Merdeka kepada mahasiswa kreatif periklanan di perguruan tinggi Indonesia. Harapan dari penulisan artikel ini adalah program MBKM dapat disosialisasikan secara luas, dan desain ini dapat dijadikan prototipe untuk MBKM jurusan lainnya.

Daftar Rujukan

Gunawan, E. S., Haswanto, N., & Achmad, D. (2011). Keberfungsian Desain Penanda Identitas Berhuruf Cina pada Restoran dan Cafe di Bandung. *Wimba: Jurnal Komunikasi Visual & Multimedia*, 3(1), 61–76. <https://doi.org/10.5614/jkvw.2011.3.1.4>

- Gunawan, E. S., & Lesmana, C. (2023). Developing 360 Degree Virtual Tour of Dharma Rakhita Temple as a Cultural Learning Source. *2023 1st IEEE 1st International Conference on Smart Technology (ICE-SMARTec)*. <https://www.maranatha.edu/en/event/t/y8ce-smartech-2023/>
- Hergy, A., Sophia, P., & Citra, K. P. (2019). Perancangan Media Kampanye Keselamatan Lalu Lintas Sejak Dini Melalui Program Transportasi Sehat Masyarakat. *ARTCOMM*, 2(02), 81–99. <http://repository.unibi.ac.id/id/eprint/179>
- Kalmansur, B. C. P., Susanti, E., & Yonatia, J. (2023). Buku Cerita Interaktif sebagai Medium Keterampilan Motorik Halus Anak. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 9(3), 1719–1734. <http://dx.doi.org/10.37905/aksara.9.3.1719-1734.2023>
- Kampus Merdeka. (2022). *Tujuan Kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka*. <https://kampusmerdeka.kemdikbud.go.id/web/about/tujuan>
- Lantara, F. (2021, June 2). Nadiem: MBKM Salah Satu Program Atasi Masalah Pendidikan Tinggi. *Antara*. <https://www.antaraneews.com/berita/2188898/nadiem-mbkm-salah-satu-program-atasi-masalah-pendidikan-tinggi>
- Magang Kampus Merdeka. (2022). *Kampus Merdeka*. <https://kampusmerdeka.kemdikbud.go.id/program/magang/detail>
- Octaviany, A., Susanti, E., & Yonatia, J. (2023). Media Promosi untuk Mengangkat Produk Kerajinan Lokal Indonesia. In R. T. Manurung & A. Pandanwangi (Eds.), *Kreativitas dan Inovasi dalam Seni Rupa dan Desain* (hlm. 91–106). Zahir Publishing.
- Pangestu, R. (2019). Penerapan Kampanye Sosial dalam Desain Komunikasi Visual. *Besaung: Jurnal Seni Desain dan Budaya*, 4(2), 159-165. <http://ejournal.uigm.ac.id/index.php/Besaung/article/view/796>
- PDDikti. (2022). *Statistik PDDikti*. <https://pddikti.kemdikbud.go.id/>
- Prasetyo, H., Irawati, N., & Satriawati, Z. (2023). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Pemasaran Desa Wisata. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, dan Budaya*, 9(2), 515–522. <https://doi.org/10.32884/ideas.v9i2.1281>
- Rashad, M., Susanti, E., & Tjandra, M. (2022). Perancangan Promosi Museum Batik Indonesia untuk Generasi Muda Melalui Instagram. *Serat Rupa Journal of Design*, 6(2), 204–219. <https://doi.org/10.28932/srjd.v6i2.4619>
- Salam, S. (2017). *Seni Ilustrasi: Esensi-Sang Iluslator-Lintasan-Penilaian*. Badan Penerbit UNM.
- Turangan, L. (2016, March 28). *Mengenal Psikologi Warna untuk Kesehatan Mental*. <https://health.kompas.com/read/2016/03/28/111500723/Mengenal.Psikologi.Warna.untuk.Kesehatan.Mental?page=all>
- Yonatia, J., & Susanti, E. (2022). Perancangan Poster Edukatif Mengenai Pencegahan Covid-19 untuk Anak Prasekolah dan Sekolah Dasar. *Demandia: Jurnal Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain, dan Periklanan*, 7(2), 291–316. <https://journals.telkomuniversity.ac.id/demandia/article/view/4341>