

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Program magang dua semester di Center of Excellence Smart Tourism and Hospitality memberikan kesempatan bagi saya untuk terlibat dalam dua proyek utama yang berbeda fokus pada setiap semesternya [1]. Pada semester pertama tahun ajaran 2024/2025 (Juli hingga Desember 2024), fokus utama saya adalah memberikan dukungan dalam proses peluncuran Museum Cave AI Lotus (Lorong waktu sejarah) di Keraton Kasepuhan Cirebon [2]. Proyek ini merupakan bagian dari penelitian Kedaireka (Program Dana Padanan 2024) yang bertujuan untuk mendorong kolaborasi antara perguruan tinggi dan mitra industri, dalam hal ini Keraton Kasepuhan Cirebon, melalui pemanfaatan teknologi [3].

Sebagai Desainer Grafis dalam penelitian yang dipimpin oleh Dr. Astri Wulandari, S.E., M.M., tanggung jawab utama saya di semester pertama adalah merancang dan mengembangkan materi visual yang mendukung peluncuran Museum Cave AI Lotus [4]. Ini meliputi desain logo, branding, materi promosi cetak dan digital (seperti poster, brosur, banner), desain konten media sosial untuk kampanye peluncuran, serta desain antarmuka pengguna (UI) dan pengalaman pengguna (UX) yang relevan untuk platform atau aplikasi pendukung museum [5]. Desain visual yang menarik dan profesional sangat penting untuk menciptakan engagement dan awareness terhadap museum baru ini. Keterlibatan ini memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana desain grafis dapat menjadi elemen kunci dalam memperkenalkan inovasi teknologi pada warisan budaya untuk meningkatkan daya tarik pariwisata [6].

Pada semester kedua, fokus keterlibatan saya beralih pada pengelolaan media sosial untuk beberapa platform di bawah naungan Center of Excellence Smart Tourism and Hospitality. Ini mencakup akun Instagram utama Center of Excellence Smart Tourism and Hospitality, akun Instagram unit bisnis Kedaicoe, dan akun Instagram platform publikasi Rumah Jurnal. Peran saya meliputi perencanaan konten media sosial, pembuatan desain visual yang menarik dan relevan untuk setiap platform, penjadwalan posting, interaksi dengan followers, serta analisis kinerja konten untuk mengoptimalkan strategi media social [7]. Setiap platform memiliki target audiens dan tujuan komunikasi yang berbeda, sehingga memerlukan pendekatan desain visual yang disesuaikan [8]. Misalnya, konten untuk Instagram Center of Excellence mungkin berfokus pada informasi program, kegiatan, dan pencapaian. Konten untuk Kedaicoe mungkin lebih berorientasi pada promosi produk atau layanan. Sementara itu, konten untuk Rumah Jurnal akan fokus pada diseminasi informasi terkait publikasi ilmiah dan kegiatan penelitian [9].

Kedua pengalaman ini, baik dalam mendukung peluncuran inovasi pariwisata berbasis teknologi maupun dalam mengelola komunikasi digital melalui media sosial, memberikan bekal berharga bagi saya sebagai mahasiswa D3 Digital Marketing [10]. Ini menegaskan pentingnya pengalaman praktis

dalam dunia kerja untuk mempersiapkan diri menghadapi tantangan industri yang terus berkembang [11]. Laporan magang ini disusun sebagai dokumentasi dari proses pembelajaran dan kontribusi saya selama dua semester di Center of Excellence Smart Tourism and Hospitality [12].

1.2 Rumusan Masalah dan Solusi

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, terdapat beberapa rumusan masalah sebagai berikut, yaitu:

1. Bagaimana strategi peningkatan Engagement dan Awareness Melalui Desain Visual untuk Peluncuran Museum Cave Al Lotus (Lorong waktu sejarah) di Kraton Kasepuhan Cirebon
2. Bagaimana Elemen Visual yang Sesuai dengan Konteks Pemasaran Museum Cave Al Lotus (Lorong waktu sejarah) di Kraton Kasepuhan Cirebon

1.3 Tujuan

Berdasarkan Rumusan masalah yang telah diuraikan, terdapat beberapa Tujuan sebagai berikut, yaitu:

1. Menganalisis dan merumuskan strategi optimalisasi desain visual yang efektif untuk meningkatkan *engagement* (keterlibatan) dan *awareness* (kesadaran) masyarakat dalam kampanye pemasaran peluncuran Museum Cave Al Lotus (Lorong Waktu Sejarah) di Kraton Kasepuhan Cirebon.
2. Mengidentifikasi dan mengevaluasi elemen-elemen visual spesifik (seperti tipografi, warna, citra, video, animasi, dan tata letak) yang paling sesuai dan efektif untuk digunakan dalam pemasaran Museum Cave Al Lotus (Lorong Waktu Sejarah) di Kraton Kasepuhan Cirebon.

1.4 Penjadwalan Kerja

Berdasarkan aturan pelaksanaan kegiatan magang di Center of Excellence Smart Tourism & Hospitality (CoE STH), kegiatan magang dilaksanakan secara langsung di lokasi (onsite) dengan pembagian jadwal pelaksanaan sebagai berikut:

Hari : Senin s/d Jum'at

Jam : 09.00 WIB s/d 17.00 WIB

Timeline pelaksanaan proyek dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. 1 Tabel Pelaksanaan Magang Semester 1

No	Deskripsi Kerja	Agustus				September				Oktober				November				Desember			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Diskusi																				

2	Perancangan Konsep Desain																		
3	Pembuatan Desain																		
4	Revisi Desain																		
5	Finalisasi Desain																		

Tabel 1. 2 Tabel Pelaksanaan Magang Semester 2

No	Deskripsi Kerja	Januari				Februari				Maret				April				Mei			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Diskusi																				
2	Perancangan Konsep Desain																				
3	Pembuatan Desain																				
4	Revisi Desain																				
5	Finalisasi Desain																				

BAB II PROFIL ORGANISASI