

## Perancangan Media Informasi Untuk Program Magang Di PT United Tractors Tbk

Munifah Ajrina<sup>1\*</sup>, Anin Ditto<sup>2</sup>, Mutia Budhi Utami<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia Padangpanjang

<sup>2</sup> Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia Padangpanjang

<sup>3</sup> Seni Murni, Institut Seni Indonesia Padangpanjang

<sup>1\*</sup>email: [munifah.ajrina031@gmail.com](mailto:munifah.ajrina031@gmail.com), <sup>2</sup>[aninditto@isi-padangpanjang.ac.id](mailto:aninditto@isi-padangpanjang.ac.id), <sup>3</sup>[mutiabudhiutami@isi-padangpanjang.ac.id](mailto:mutiabudhiutami@isi-padangpanjang.ac.id)

### Abstrak

Program magang merupakan upaya untuk memperkenalkan mahasiswa pada dunia kerja nyata sekaligus meningkatkan kompetensi mereka. PT United Tractors Tbk membuka peluang magang bagi mahasiswa melalui program Magang Bersertifikat Kampus Merdeka (MBKM) maupun magang mandiri. Namun, sistem pengelolaan program magang ini masih menghadapi kendala, seperti sistem presensi yang kurang terintegrasi, kesulitan dalam *monitoring* progres project, dan laporan poin peserta. Perancangan media informasi untuk program magang di PT United Tractors Tbk bertujuan untuk menciptakan platform berbasis *website* yang efektif dalam menyampaikan informasi dan memonitor aktivitas peserta magang. Pada keilmuan Desain Komunikasi Visual, perancangan media informasi dapat diwujudkan dalam bentuk perancangan *user interface* dan *user experience website*. Ada hal yang perlu diperhatikan dalam perancangan karya ini agar dapat menjadi solusi sesuai kebutuhan informasi yang akan diselesaikan. Proses yang dilakukan antara lain pengumpulan data dengan metode observasi, wawancara, dan kuesioner. Analisis menggunakan metode 5W+1H, sehingga tercipta desain media informasi *Website United Tractors Intern* dengan bauran media perancangannya. Hasil yang diperoleh untuk perancangan media informasi *United Tractors Intern* dalam bentuk *website* bersifat informatif untuk versi *desktop* dan *tablet*. Bauran media yang digunakan untuk *website* ini berupa poster, *x-banner*, brosur, serta *merchandise* berupa *lanyard*, *ID card*, *totebag*, *notebook*, *acrylic keychain*, dan stiker.

**Kata Kunci:** Program Magang, Media Informasi, Website

### PENDAHULUAN

PT United Tractors Tbk (UT) merupakan perusahaan publik (terbuka) terkemuka di Indonesia yang didirikan pada 13 Oktober 1972 yang juga merupakan salah satu anak perusahaan dari PT Astra Internasional Tbk. UT bergerak pada 5 pilar bisnis utama, yakni mesin konstruksi, kontraktor pertambangan, penambangan, industri konstruksi dan energi. Dalam menjalankan kegiatan bisnisnya, UT memiliki visi dan misi perusahaan yang harus dilaksanakan, salah satunya yaitu memberi sumbangan yang bermakna bagi kesejahteraan bangsa dalam wujud melalui dukungan di bidang pendidikan. UT berkomitmen untuk ikut serta dalam memberikan kesempatan kepada pelajar terutama mahasiswa untuk meningkatkan kompetensi dan memperluas pengalaman kerja secara langsung dengan membuka program magang secara mandiri maupun melalui kerja sama dengan Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi (Kemendikbudristek). Program magang adalah kegiatan pembelajaran di lapangan yang bertujuan untuk mengenalkan dan mengembangkan keterampilan mahasiswa dalam menghadapi dunia kerja yang sesungguhnya (Suharyati, 2015). Dewasa ini, UT telah memasuki tahun ketiga dalam kemitraannya dengan Kemendikbudristek, memberikan peluang bagi mahasiswa untuk mendapatkan pengalaman kerja melalui program Magang Bersertifikat Kampus Merdeka (MBKM). MBKM merupakan metode pembelajaran yang dicanangkan oleh pemerintah untuk perguruan tinggi agar menciptakan SDM yang mandiri dan serbaguna serta dirancang untuk menciptakan komunitas pembelajaran kreatif yang tidak membatasi dalam memenuhi kebutuhan mahasiswa (Rochana, dkk. 2021). Program MBKM merupakan revolusi pendidikan yang berdasarkan pada perkembangan industri 4.0 (Syarifuddin, dkk. 2021:20).

Sejalan dengan hal tersebut, hingga tahun ini, sebanyak 400 mahasiswa dari 90 kampus di seluruh Indonesia telah berpartisipasi dalam program MBKM batch 6 di PT United Tractors Tbk. Sementara, pada beberapa batch sebelumnya seperti saat batch 4, UT hanya menerima peserta magang sebanyak 200 mahasiswa. Seiring dengan meningkatnya jumlah peserta magang di setiap batch, UT secara tidak langsung perlu membentuk sebuah tim yang bertugas mengelola para peserta magang selama program berlangsung, sehingga dibentuk sebuah tim bernama Manajemen MBKM. Meskipun tim Manajemen MBKM telah dibentuk, bukan berarti pengorganisasian peserta magang ini dapat berjalan mulus tanpa hambatan karena berdasarkan hasil wawancara dan kuesioner yang telah dilakukan kepada peserta magang di UT, masih banyak sistem pengelolaan yang dilakukan secara manual dan belum efisien. Hingga kini, UT belum menerapkan sistem yang terintegrasi untuk mengelola aktivitas peserta magang, khususnya MBKM. Akibatnya, beberapa aspek dan kinerja hasilnya belum optimal, seperti sistem presensi, kalender event, monitoring project, report point, dan logbook harian. Padahal, manajemen pengorganisasian peserta

magang adalah aspek yang sangat penting bagi perusahaan, terutama dengan jumlah peserta magang sangat banyak dan kompleks seperti UT.

Berdasarkan uraian hasil riset di atas, perancangan media informasi ini akan menggunakan media internet yaitu *website* sebagai media utamanya karena *website* sering digunakan dalam mencari sebuah informasi. *Website* merupakan kumpulan halaman yang menampilkan informasi data, teks, gambar, animasi, video, audio, serta gabungan dari keseluruhannya baik bersifat statis maupun dinamis yang membentuk rangkaian bangunan saling terkait, sehingga masing-masing dapat dihubungkan dengan *hyperlink* (Hariyanto, 2015). Selain itu, Media informasi ini dikembangkan dalam bentuk *website* dengan tujuan menghadirkan informasi dan *monitoring* magang yang menarik dan interaktif secara visual tetapi juga efektif dan efisien secara fungsional.

## METODE

### Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada perancangan ini menggunakan beberapa metode pengumpulan data. Metode yang digunakan ini bertujuan untuk memperkuat argumen dan referensi dalam membuat karya (Deddy, 2010: 95-97). Adapun metode yang dipilih yaitu metode observasi, wawancara, dan kuesioner. Metode observasi dilaksanakan dikarenakan observasi adalah pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang tampak dalam suatu gejala pada objek penelitian (Widoyoko, 2014: 46). Perancang melakukan observasi secara langsung kepada peserta magang di UT dan juga dilakukan secara *online* pada beberapa situs *website* yang berkenaan dengan kegiatan magang dan tentang PT United Tractors Tbk, sehingga dengan demikian data yang dikumpulkan menjadi lebih akurat. Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, didapatkan kesimpulan bahwa belum ada *website* yang berisikan informasi terkait program magang dan *monitoring* peserta magang di PT United Tractors Tbk sehingga baik calon peserta magang maupun peserta magang yang sedang mengikuti program magang tersebut cukup mengalami kesulitan terkait mencari informasi lowongan magang ataupun melakukan presensi dan lain sebagainya

Setelah proses observasi dilakukan, selanjutnya ialah wawancara. Metode wawancara dilaksanakan sebab bertujuan sebagai salah satu cara untuk mendapatkan informasi lebih mendalam dari narasumber yang benar-benar memahami pembahasan dalam perancangan yang akan dibuat ini. Wawancara dapat diperoleh dengan bantuan pengamatan atau alat lain yang diperoleh dari proses wawancara hingga selesai (Adi, 2014). Berdasarkan hasil wawancara bersama beberapa mahasiswa yang menjadi peserta magang di UT dalam kurun waktu yang berbeda, dapat disimpulkan bahwa sangat diperlukan adanya sebuah platform yang mengintegrasikan seluruh sistem *monitoring* peserta magang menjadi satu agar pengelolaan tersebut lebih efektif dan efisien waktu serta tenaga. Disebabkan apabila hanya tim yang berisi 8 orang harus handle informasi terkait peserta magang sebanyak 400 orang pada platform yang berbeda-beda pula cukup membuat kesulitan dalam menyelesaikan pekerjaannya.

Tahap terakhir pada metode pengumpulan data ini adalah dengan cara menyebarkan kuesioner. Kuesioner disebarkan kepada responden untuk mengumpulkan data yang komprehensif tentang pemahaman dan tanggapan akan seberapa pentingnya media informasi program magang dalam bentuk *website* ini untuk dirancang. Pada kuesioner yang telah disebar secara *online*, terdapat 84 responden dengan rentang usia mulai dari 18 hingga 25 tahun berjenis kelamin laki-laki dan perempuan dengan status pekerjaan rata-rata sebagai mahasiswa. Tanggapan dari pertanyaan pada kuesioner tersebut secara garis besar dapat disimpulkan bahwa urgensi dalam perancangan media informasi untuk program magang di UT ini cukup tinggi mengingat sebelumnya belum ada platform yang menyediakan informasi yang terintegrasi dalam satu platform.

### Metode Analisis Data

Setelah proses pengumpulan data dilakukan, tahapan berikutnya ialah analisis data dengan metode analisis segmentasi target audiens. Segmentasi target audiens adalah penentuan target pasar dan bauran pemasaran yang terkait untuk mempengaruhi posisi objek perancangan di masyarakat. Ada beberapa variabel utama dari segmentasi pasar konsumen (Kotler & Armstrong: 2016) yaitu yang pertama geografis, meliputi bangsa, wilayah, negara, kabupaten, kota, atau bahkan tetangga. Sasaran target audiens pada segmentasi geografis yaitu kepada peserta magang di UT. Selanjutnya ialah demografis, yaitu audiens yang berusia 18 hingga 25 tahun dan berjenis kelamin laki-laki dan perempuan, serta secara psikografis target audiens dari perancangan ini ditujukan kepada mahasiswa yang sedang mencari informasi lowongan magang di perusahaan. Selain ketiga variabel utama yang telah diuraikan di atas, metode analisis data lainnya yang perancang lakukan ialah menggunakan metode 5w+1h. Metode 5w+1h adalah teknik analisis yang digunakan untuk memahami suatu permasalahan atau merancang solusi dengan menjawab enam pertanyaan dasar, yaitu *what* (apa permasalahan yang diangkat), *who* (siapa yang menjadi targetnya), *when* (kapan *website* ini dapat diakses), *where* (di mana informasi akan disampaikan), *why* (kenapa *website* dipilih sebagai media informasi untuk mengelola program magang di UT?) dan *how* (bagaimana merancang *website monitoring* program magang).

### Strategi Perancangan

Strategi yang digunakan dalam perancangan ini terdiri dari strategi verbal dan strategi visual. Konsep verbal pada perancangan ini adalah penggunaan judul *website* dan *tagline* pada poster, *homepage*, dan berbagai media lainnya. Bahasa

yang digunakan dalam perancangan ini gabungan dari Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris. Adapun penerapan strategi verbal pada perancangan ini yaitu terletak pada nama dan *tagline* dari *website* ini sendiri. United Tractors Intern dipilih sebagai nama sekaligus domain dari *website* ini agar ketika dilakukan pencarian lebih mudah ditemukan. *Tagline website* yaitu “*Your Growth Steps Starts Here*” yang bermakna dengan mengikuti program magang di UT menjadi salah satu pijakan anak tangga untuk mulai bertumbuh dan mengembangkan diri.

Adapun konsep visual pada perancangan ini ialah menyajikan *interface* pada *website* yang menerapkan elemen warna khas perusahaan UT yakni dominasi warna kuning dengan tambahan warna hitam, putih dan biru. Selain itu penerapan aset ilustrasi digital dengan konsep terlihat *clean*, elemen ilustrasinya terlihat modern dengan gaya *flat design* yang colorful sehingga menarik perhatian audiens.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Media Utama

Perancangan ini menghasilkan media utama berupa *website* dengan judul United Tractors Intern yang dirancang untuk menyajikan informasi terkait program magang dan *monitoring* peserta magang di PT United Tractors Tbk. Desain *website* didominasi warna kuning, putih dan hitam dengan aksent biru untuk menciptakan kontras yang menarik. Elemen desain mencakup logo dan ilustrasi *flat design*.



Gambar 1. Hasil perancangan *website* pada tampilan desktop dan tablet

### Bauran Media

Perancangan ini menghasilkan bauran media yang menggunakan elemen desain yang sama dengan media utama. Hal ini bertujuan untuk menciptakan kesan yang serasi dan memperkuat identitas visual perusahaan. Elemen-elemen seperti warna, logo, ilustrasi, dan tipografi disusun secara konsisten untuk menjaga keselarasan antara karya desain.

#### a. Media Sosial

Media sosial menjadi bauran media dalam promosi dan penyebaran informasi tentang *website* ini yang memungkinkan untuk menjangkau audiens lebih luas secara *online*. Platform media sosial yang digunakan adalah *Instagram*.



Gambar 2. Akun media sosial Instagram United Tractors Intern

#### b. Media Cetak

##### 1. Poster

Poster berfungsi sebagai media informasi yang menyajikan terkait promosidari *website* ini di lokasi pemasangan, baik di ruang terbuka maupun tertutup. Poster ini menampilkan komponen ilustrasi *flat design* serta informasi singkat dan juga memuat logo sebagai identitas,



Gambar 3. Rancangan Poster

2. *X-Banner*

*X-Banner* berfungsi sebagai media informasi yang menyampaikan detail *website* di lokasi penempatannya. *X-Banner* ini dirancang dengan mengintegrasikan elemen desain yang terdapat pada *website*.

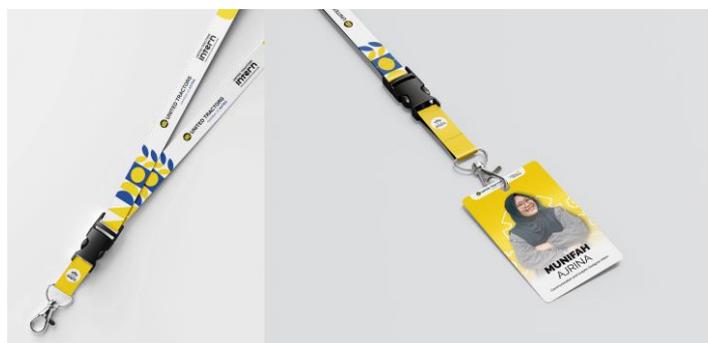


Gambar 4. Rancangan *X-Banner*

c. *Merchandise*

1. *Lanyard* dan *ID Card*

*Lanyard* dan *ID Card* dapat menjadi media promosi yang digunakan oleh peserta magang di PT United Tractors Tbk. *Lanyard* ini menggunakan logo UT dan UT Intern dengan warna dominan kuning dan terdapat foto, nama dan posisi peserta magang di bagian tengah *ID Card*nya sebagai identitas pemilik.



Gambar 5. Rancangan *Lanyard* dan *ID Card*

2. *Tumbler*

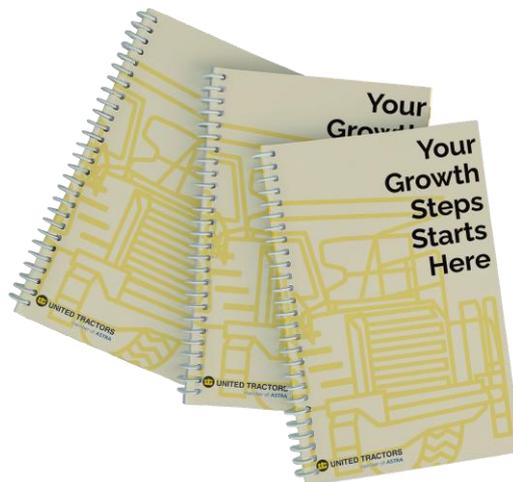
Botol minum adalah cendera mata yang tidak hanya berguna sebagai wadah air untuk kegiatan sehari-hari anak-anak, tetapi juga memiliki nilai edukasi dengan mengingatkan pentingnya menjaga hidrasi. Botol ini dirancang dengan dengan ilustrasi, bergaya *outline* alat berat.



Gambar 6. Rancangan tumbler

### 3. *Notebook*

*Notebook* adalah cendera mata yang dapat digunakan oleh audiens untuk mencatat hal-hal penting, *to do list*, dan lainnya yang mudah untuk dibawa kemanapun kapanpun.

Gambar 7. Rancangan *Notebook*

### 4. *Keychain*

*Keychain* ini terbuat dari bahan akrilik berbentuk ilustrasi bergaya *flat design* 3 jenis alat berat yang merupakan salah satu produk UT yaitu *dump truck*, *excavator*, dan *wheel loader*.

Gambar 8. Rancangan *Keychain*

## 5. Stiker

Stiker berfungsi sebagai cendera mata yang dapat dikoleksi oleh penggemar. Stiker ini menggunakan bahan stiker *chromo* dengan ukuran tinggi 4 cm.



Gambar 9. Rancangan *Stiker*

6. *Totebag*

*Totebag* merupakan cendera mata yang berfungsi sebagai wadah serbaguna bagi penggemar. Selain dapat digunakan untuk membawa keperluan lainnya seperti laptop, buku ataupun untuk menyimpan produk merchandise lainnya.



Gambar 10. Rancangan *Totebag*

## KESIMPULAN

Perancangan media informasi berbasis website untuk program magang di PT United Tractors Tbk telah berhasil dikembangkan sebagai solusi bagi permasalahan administrasi magang yang masih dilakukan secara manual. Dengan adanya sistem ini, peserta magang dapat dengan mudah mengakses informasi, mencatat presensi, serta memantau progres mereka selama program magang. Website ini diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dan transparansi dalam pengelolaan magang serta memberikan pengalaman belajar yang lebih baik bagi mahasiswa. Lebih lanjut, penerapan sistem berbasis website ini memungkinkan perusahaan untuk mengelola program magang dengan lebih sistematis dan profesional. Dengan adanya fitur yang mendukung presensi otomatis dan monitoring proyek, perusahaan dapat lebih mudah mengawasi perkembangan peserta magang serta memberikan evaluasi yang lebih objektif terhadap kinerja mereka.

Implementasi website ini juga dapat meningkatkan daya saing PT United Tractors Tbk dalam menarik calon peserta magang terbaik dari berbagai universitas. Dengan sistem yang lebih terstruktur dan mudah diakses, program magang di perusahaan ini dapat menjadi lebih menarik bagi mahasiswa yang ingin mendapatkan pengalaman kerja berkualitas. Meskipun sistem ini memberikan banyak manfaat, tetap diperlukan evaluasi dan pengembangan lebih lanjut agar website ini dapat terus memenuhi kebutuhan pengguna secara optimal. Pengujian secara berkala serta penyesuaian fitur sesuai dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan peserta magang akan menjadi langkah penting dalam menjaga efektivitas sistem ini.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Adi, Rianto. (2014). *Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum*. Jakarta: Granit.
- Hariyanto, Agus. 2015. *Sistem Informasi Penjadwalan Dokter Berbasis Web dengan Menggunakan Framework Codeigniter*. *Teknoinfo*, 11(2), 30-37.
- Kotler, P., & Amstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat
- Rochana, R. Darajatun, R. M. & Ramdhany, M.A. (2021). Pengaruh Implementasi Kebijakan Kampus Merdeka Terhadap Minat Dan Keterlibatan Mahasiswa. *Journal Of Business Management Education* 6(3) 11-21. <https://doi.org/10.17509/Jbme.V6i3.40165>.
- Suharyanti, C. 2015. Pengaruh Proses Pembelajaran dan Program Kerja Praktik Terhadap Pengembangan Soft Skills Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran*, 4(1), 118291.
- Syarifuddin, Dkk. (2021). *Dosen Penggerak Dalam Era MBKM*. Gorontalo: Pascasarjana Universitas Negeri Gorontalo
- Widoyoko, Eko Putro. (2014). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar