

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Perubahan gaya hidup masyarakat di Indonesia sangat memengaruhi angka pertumbuhan industri kecantikan dalam negeri. Menurut data yang didapatkan dari Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, ekspor produk kosmetik nasional pada tahun 2019 mencapai 600 juta US Dollar. Dengan angka yang sudah sebesar inipun, industri kecantikan dalam negeri masih memiliki potensi yang sangat besar untuk bertumbuh dikarenakan pengaruh media sosial dan populasi penduduk muda yang cukup tinggi saat ini.

Benu Sorumba *Cosmetics* adalah salah satu produk kosmetik lokal dalam negeri yang dimiliki oleh *make up artist* (MUA) ternama Indonesia, Benu Sorumba. Formula Benu Sorumba *Cosmetics* ini tercipta 10 tahun lalu dan digunakan oleh Benu Sorumba untuk menciptakan karya-karya yang tidak diragukan lagi kualitasnya. Sekarang, formula andalan ini dapat dinikmati oleh masyarakat luas melalui *cushion foundation* Benu Sorumba *Cosmetics*.

Untuk memaksimalkan potensi dan promosinya, Benu Sorumba *Cosmetics* bekerja sama dengan KAIA Project sebagai *advertising agency* untuk memastikan identitas dan penyuaaran akan *brand* dapat berjalan dengan baik dan konsisten. Penulis yang memang memiliki ketertarikan dan hobi di bidang kecantikan memiliki kesempatan untuk meng-*handle* visualisasi konten media sosial yang dimiliki oleh Benu Sorumba *Cosmetics*, melalui program kerja magang yang penulis jalankan di KAIA Project. Melalui proses kerja magang ini, penulis dapat terjun langsung untuk mengimplementasikan ilmu yang penulis dapatkan selama bangku perkuliahan, untuk kemudian ditingkatkan lagi dengan pengalaman dan berbagai ilmu baru lainnya.

Penulis memilih KAIA Project sebagai tempat magang karena dianggap sesuai dengan tujuan magang yang telah penulis tentukan untuk pribadi penulis, yaitu meningkatkan pengetahuan akan industri desain grafis dan *branding* secara

langsung dan lebih mendalam lagi. Melalui KAIA Project, menulis dapat terjun langsung untuk bekerja dengan *client*, yang dimana salah satunya adalah Benu Sorumba *Cosmetics*. Selain itu, penulis juga meng-*handle brand* lainnya seperti Just Miss yang juga merupakan produk kosmetik dalam negeri, dan Rumah Makan Padang Bana. Melalui KAIA Project dan ketiga *brand* tersebut, penulis belajar untuk bekerja langsung dengan *client* dan melakukan visualisasi *brief* yang diberikan oleh client menggunakan ilmu yang telah penulis dapatkan selama menjadi mahasiswa di DKV UMN.

### **1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang**

Penulis melaksanakan praktik kerja magang/*internship* ini dengan maksud dan tujuan sebagai berikut:

1. Syarat memperoleh gelar sarjana desain.
2. Mengimplementasikan ilmu dan materi yang telah didapatkan selama 7 semester perkuliahan.
3. Mengetahui industri desain grafis secara langsung untuk mempersiapkan diri sebelum masuk ke dalam dunia kerja.
4. Menambah koneksi dan *networking* dengan orang-orang yang sudah profesional dalam industri kerja.
5. Meningkatkan kemampuan beradaptasi, dan manajemen waktu.
6. Meningkatkan kualitas diri dan portfolio desain.

### **1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Penulis memulai praktik kerja magang di KAIA Project pada tanggal 2 Agustus 2021 sampai dengan 6 September 2021 untuk memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh Universitas Multimedia Nusantara sebagai syarat kelulusan, yaitu minimal waktu bekerja selama 320 jam. Waktu kerja berlangsung setiap hari Senin – Jumat pukul 10.00 – 18.00 selama 8 jam. Tetapi, karena padatnya *project* dan pekerjaan yang harus dikerjakan, penulis menjalankan kerja dari hari Senin – Minggu dengan waktu kerja yang beragam setiap harinya. Dalam proses kerja magang ini, penulis bekerja bergantian antara WFO (*work from office*) dan WFH (*work from home*) dikarenakan pandemi COVID-19 yang sedang berlangsung, dan PPKM (Perberlakuan Pembatasan Kegiatan Perkantoran) di berbagai daerah.

Kemudian, penulis juga melaksanakan seluruh persyaratan dan prosedur kerja magang yang telah ditetapkan oleh UMN, yaitu:

1. Menuntaskan seluruh persyaratan akademis termasuk tidak memiliki nilai D dan E, menyelesaikan minimal 100 SKS, IPK minimal 2.00, serta telah lulus mata kuliah Academic Writing.
2. Mengikuti pembekalan magang secara virtual melalui ZOOM pada hari Jumat, 7 Mei 2021.
3. Mengajukan KM 01 yang adalah pengajuan perusahaan yang dituju untuk mendapatkan persetujuan dari koordinator magang.
4. Mendaftarkan diri di KAIA Project dengan melampirkan CV, portfolio, dan surat pengantar magang yang telah diberikan oleh UMN.
5. Melakukan wawancara tanggal 21 Juli 2021 melalui Google Meet. Wawancara dilakukan dengan Kelvin Kosasih selaku *creative director* dan Diana Febriani selaku *graphic designer* di KAIA Project.
6. Menerima pemberitahuan diterima di KAIA Project pada tanggal 21 Juli 2021 melalui *personal chat*.
7. Mengirimkan surat pemberitahuan penerimaan magang di KAIA Project kepada Admin FSD UMN pada tanggal 10 Agustus 2021.
8. Menjalankan program kerja magang di KAIA Project selama 5 minggu dari tanggal 2 Agustus 2021 – 6 September 2021.