

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Perhimpunan Perusahaan dan Asosiasi Kosmetika Indonesia, industri kecantikan di Indonesia berkembang pesat terutama pada tahun 2023 dimana terdapat pertumbuhan industri kosmetik baru sebanyak 1010 perusahaan (Indonesia.go.id, 2023). Hal ini memberikan begitu banyak dampak positif tidak hanya pada industri perusahaan kecantikan di Indonesia untuk terus berinovasi dan memberikan produk-produk yang mempercantik pelanggannya, namun juga meningkatkan kesadaran warga Indonesia akan pentingnya merawat diri. Dari pasar yang dahulunya hanya dapat dijangkau oleh segmen tertentu, kini kosmetik lokal Indonesia bervariasi dan tersedia untuk seluruh kalangan dari segi harganya.

Dalam upaya untuk meningkatkan perkembangan industri kosmetik di Indonesia, pemerintah melakukan bimbingan kepada berbagai industri kecil hingga menengah yang mencakup hal-hal fundamental untuk mendukung pertumbuhan dan kesuksesan perusahaan kosmetik. Salah satunya adalah *branding* yang dianggap sebagai suatu pilar yang penting ketika bersaing di pasar yang begitu luas. Hal ini dapat diwujudkan melalui pekerja-pekerja pada industri kreatif di Indonesia yang juga dimana industri ini bergerak untuk menciptakan berbagai macam *output* menggunakan ide-ide yang menciptakan diferensiasi sebuah produk, perusahaan dan lain-lain. Menurut Warsito (2022) staf ahli Menteri Perindustrian Bidang Penguatan Kemampuan Industri dalam Negeri menyatakan bahwa produk yang inovatif disertai dengan desain yang menarik dapat meningkatkan penjualan produk kosmetik di Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa adanya prospek dan juga peran penting para desainer industri kreatif yang bekerjasama dengan industri kecantikan dalam menyelesaikan sebuah perusahaan.

Salah satu upaya pemberdayaan manusia dalam bidang industri kreatif ini diterapkan Universitas Multimedia Nusantara melalui program magang *track 1*

(satu) yang diterapkan selama 4 (empat) bulan oleh mahasiswa dan mahasiswi pada perusahaan yang dapat dipilih oleh mahasiswa dan disetujui oleh pihak kampus. Program ini ditujukan untuk melatih dan memberikan pengalaman bekerja di perusahaan nyata kepada mahasiswa dan mahasiswi untuk mengasah kemampuan berdasarkan minat pada perkuliahan masing-masing. Penulis merupakan mahasiswi jurusan Desain Komunikasi Visual yang merupakan salah satu dari banyaknya penduduk Indonesia yang memiliki minat dengan produk kecantikan lokal. Hal ini diawali dengan pengalaman pribadi penulis sebagai *personal content creator* di sosial media untuk berbagai macam *brand* kecantikan lokal.

Dalam perjalanannya, penulis menyadari bahwa industri kosmetik di Indonesia semakin berkembang dan sebagai mahasiswi desain, penulis memiliki kecenderungan untuk tertarik dengan merek kosmetik lokal yang memiliki desain, gaya komunikasi dan juga *branding* yang menarik secara visual dan maknanya. Salah satunya adalah “Mad for Makeup” yang merupakan sebuah perusahaan kosmetik lokal yang telah berdiri sejak tahun 2017 di Jakarta. Perusahaan ini didirikan oleh Dr. Shirley M. Oslan dan juga suaminya, Tony Tan yang ingin membuat produk *makeup* yang terjangkau (Beauty Journal, 2022). Selama tahun 2019 hingga sekarang penulis menjadi salah satu *follower* Instagram setia yang menilai bahwa perusahaan Mad for Makeup ini menarik dan sesuai dengan minat kerja penulis juga. Setelah melakukan wawancara bersama HRD dari perusahaan ini dan menjadi semakin yakin untuk bekerja di Mad for Makeup karena visi misi dan juga Mad for Makeup yang kini ingin mengembangkan produk dengan inovasi yang berfokus pada kombinasi *makeup* dan *skincare* yang tidak hanya aman untuk kulit namun memberikan nutrisi untuk wajah. Pada Mad for Makeup juga terdapat program untuk yang dinamakan “Mad Visionary Program” yang dimana para peserta magang turun tangan dalam perancangan berbagai visual dengan sendirinya dan hal ini ditujukan untuk menciptakan *intern graduates* yang berkualitas. Dengan keseluruhan hal tersebut, penulis memutuskan bahwa Mad for Makeup menjadi tempat magang yang sesuai dengan minat, kemampuan dan juga sejalan dengan tujuan dari penulis dalam menjalankan magang ini.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Dalam menjalani program magang track 1 (satu) ini, penulis memiliki maksud utama untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dari Universitas Multimedia Nusantara untuk memperoleh gelar Sarjana Desain. Selain itu, penulis juga memiliki beberapa tujuan yang ingin diperoleh oleh penulis dalam menjalankan magang pada perusahaan Mad for Makeup ini yaitu untuk memperoleh pengalaman kerja dalam berperan menjadi *Creative Intern* dalam industri kecantikan yang dapat meningkatkan kemampuan penulis dari segi *hard skill* dan juga *soft skill* dikarenakan adanya keterlibatan penulis untuk terjun langsung dalam lingkup kerja yang lebih besar dan cepat. Tujuan penulis untuk melakukan magang ini adalah untuk mendapat koneksi yang berpotensi memberikan ilmu dan pengetahuan yang dapat digunakan untuk kedepannya. Terakhir, keseluruhan pengalaman magang ini juga bertujuan untuk menambah portfolio penulis.

1.3 Deskripsi Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melakukan aplikasi magang pada tanggal 11 Januari 2024. Lowongan pekerjaan ini ditemukan penulis pada laman Instagram dari Mad for Makeup dan telah dipastikan untuk menjadi sesuai dengan ketentuan *internship track 1* (satu) di Universitas Multimedia Nusantara Berikut adalah rincian waktu pelaksanaan kerja magang yang telah dijalani oleh penulis:

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Perusahaan Mad for Makeup bersepakat bersama penulis untuk melaksanakan program kerja magang yang dimulai pada tanggal 22 Januari 2024 hingga 24 Mei 2024. Pekerjaan ini dijalankan dengan 5 (lima) hari kerja yaitu pada hari Senin hingga Jumat pada pukul 09.00 hingga 18.00. Sistem bekerja di sini adalah *hybrid* yaitu WFO (*work from office*) pada hari Senin, Rabu, Jumat dan juga WFH (*work from home*) pada hari Selasa dan Kamis.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Terdapat prosedur dalam melaksanakan magang penulis di perusahaan Mad for Makeup ini yang dirincikan sebagai berikut:

a) Perizinan Tempat Magang

Penulis melakukan perizinan tempat kerja magang dengan mengajukan perusahaan yang ingin dituju melalui monitoring registration pada laman *website* merdeka.umn.ac.id. Setelah melakukan registrasi dan juga persetujuan oleh HoD dari pihak Universitas Multimedia Nusantara, penulis melanjutkan registrasi dengan melakukan *generate cover letter* yang merupakan form MBKM 01 yang akan diteruskan pada pihak perusahaan yaitu

b) Pengajuan Izin Kerja Magang

Pada awalnya penulis melakukan pengisian form yang lamaran pekerjaan dilakukan melalui pengisian *form* yang berlanjut pada aplikasi Whatsapp bersama Junior HRD dari Mad for Makeup, Fidelia Nathaniel W untuk pengiriman CV beserta portfolio penulis. Setelah itu, HRD mengatur waktu untuk melakukan wawancara secara online melalui Google Meet pada tanggal 12 Januari 2024. Wawancara dilakukan dengan dua sesi yaitu bersama HRD dan sesi ke dua bersama *supervisor*. Setelah melakukan beberapa negosiasi dan juga perundingan, penulis memutuskan untuk mempertimbangkan dan memberi kabar kembali kepada pihak perusahaan hingga pada tanggal 19 Januari 2024 dan juga memulai bekerja pada tanggal 22 Januari 2024.

Penulis melanjutkan prosedur dengan melakukan pengisian dan tandatangan kontrak magang dan juga NDA (*non-disclosure agreement*) secara digital.

c) Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam pelaksanaannya, penulis menyetujui untuk menjalani program magang di perusahaan Mad for Makeup selama 4 (empat)

bulan yang dimulai pada tanggal 22 Januari 2024 hingga 24 Mei 2024 dengan posisi *Creative Intern* dengan *supervisor* Floretta Eleora Cantika.

d) Dokumen Kerja Magang

Setelah melakukan prosedur-prosedur tersebut, penulis melanjutkan pada tahapan *complete registration* yang merupakan form MBKM 02 dan juga MBKM 03 dimana penulis melakukan pengisian *daily task* secara rutin di *website* merdeka.umn.ac.id. Pada program magang track 1 (satu) ini penulis dibimbing oleh bapak Adhreza Brahma, M.Ds.

