

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Fashion Retail di Indonesia terus mengalami perkembangan pesat. Hal ini dikarenakan konsumen yang terus meningkat dalam sektor *industry fashion*, dibuktikan dengan data dari CNBC Indonesia (2019), bisnis *fashion* memberikan kontribusi sebanyak 18,01% yang setara dengan Rp 116 triliun. Perkembangan ini juga didorong beberapa faktor, seperti meningkatnya budaya konsumtif Indonesia, pengaruh media sosial, kecenderungan masyarakat untuk mengikuti tren, dan lain sebagainya. Dengan meningkatnya pembelian lokal, maka memberikan dampak positif pada perekonomian negeri, oleh karena itu, bisnis *fashion* sangat didukung oleh Lembaga-lembaga Indonesia, salah satunya Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF) (Kalaite, 2024).

Melihat sektor menjanjikan tersebut, persaingan pun semakin ketat. Perusahaan *fashion retail* harus menunjukkan keunggulan kompetitifnya agar dapat terus bertahan jika ingin di industri tersebut. Persaingan juga menimbulkan perputaran tren *fashion* yang cepat. Untuk menjadi perusahaan *fashion retail* yang diingati oleh konsumen, diperlukan sebuah kemampuan beradaptasi dengan tren *fashion* agar brand tetap relevan di mata para konsumen. Selain itu, media promosi /informasi, baik offline maupun online juga harus dibuat menarik dan kreatif, sehingga dapat menarik perhatian dari konsumen. Dengan itu, perusahaan *fashion retail* yang ingin terus berada di market harus membuat sebuah strategi-strategi ataupun inovasi baru untuk membangun loyalitas dari pelanggan.

Salah satu perusahaan *fashion retail* yang memenuhi kriteria adalah PT Kurnia Ciptamoda Gemilang. PT Kurnia Ciptamoda Gemilang merupakan perusahaan retail yang menaungi beberapa brand lokal maupun luar, seperti *Pomelo, Pedro, Emporio Armani, EA7, dan juga Charles & Keith*. Dengan alasan tersebut, PT KCG menjadi pilihan yang sesuai untuk penulis melakukan

magang, khususnya sebagai *graphic designer Intern*. Hal ini juga didasari dari ketertarikan penulis terhadap *fashion retail*, khususnya Charles & Keith, sekaligus untuk memperdalam ilmu desain grafis, beserta soft skill lainnya, seperti *styling fashion*, membuat *layout*, dan membuat berbagai desain-desain kreatif lainnya, yang memang sejalan dengan *passion* dan ketertarikan penulis.

Perusahaan KCG merupakan perusahaan yang adaptif dan inovatif. Salah satu cara perusahaan ini meningkatkan *brand awareness* dan menjaga loyalitas pelanggan Charles & Keith di Indonesia adalah dengan memanfaatkan media informasi, baik secara *offline* maupun *online*. Secara *offline*, perusahaan ini mengadakan berbagai *event* untuk memberikan informasi langsung kepada konsumen. Sementara itu, secara *online*, mereka memasarkan produk dengan cara membuat konten-konten kreatif di media sosial, seperti *Instagram*, *Tiktok*, *Facebook*, dan *Youtube*. Dan untuk membuat *brand* semakin lengkap, mereka juga menyediakan konten informatif, yaitu dengan menggunakan media *E-Magazine*. Dengan cara tersebut, PT KCG berhasil membangun kepercayaan sebagai pengelola brand Charles & Keith di Indonesia.

Pada kesempatan magang ini, penulis diberi kesempatan untuk merancang layout desain *E-Magazine* yang berjudul *E-log*. *E-Log* merupakan sebuah media publikasi digital yang bertujuan untuk menampilkan *catalog* produk yang sedang *stock* di Charles & Keith Indonesia. Produk *catalog* ini juga memiliki beberapa konten-konten informatif, seperti konten editorial, *styling tips*, *must-have items*, *shoes size guide*, dan lain sebagainya. Untuk terus mengikut tren fashion, tema *e-log* akan terus berganti tiap minggunya. Harapannya dengan disediakan konten *e-log* ini, dapat memberikan informasi yang lengkap dan relevan bagi konsumen mengenai produk-produk dari Charles & Keith. Untuk itu, laporan magang ini akan lebih difokuskan pada strategi perancangan desain *E-log* sebagai media informasi untuk meningkatkan exposure Charles & Keith Indonesia.

1.2 Tujuan Magang

Laporan magang “Perancangan E-Magazine sebagai Media Informasi Produk Charles & Keith di PT Kurnia Ciptamoda Gemilang” ini merupakan pra-syarat lulus S1 DKV Universitas Multimedia Nusantara. Adapun tujuan lain dari pembuatan laporan magang ini, yaitu sebagai berikut:

1. Sarana menambahkan pengalaman mengenai profesi sebagai *designer* dan lebih mengenal dunia kerja *professional*.
2. Mengimplementasikan keterampilan dan pengetahuan yang diperoleh dari masa perkuliahan untuk lingkungan kerja nyata.
3. Memperluas koneksi profesional yang dapat berguna pada masa yang akan datang.
4. Bentuk apresiasi kepada PT Kurnia Ciptamoda Gemilang karena telah memberikan oportunitas magang mandiri.

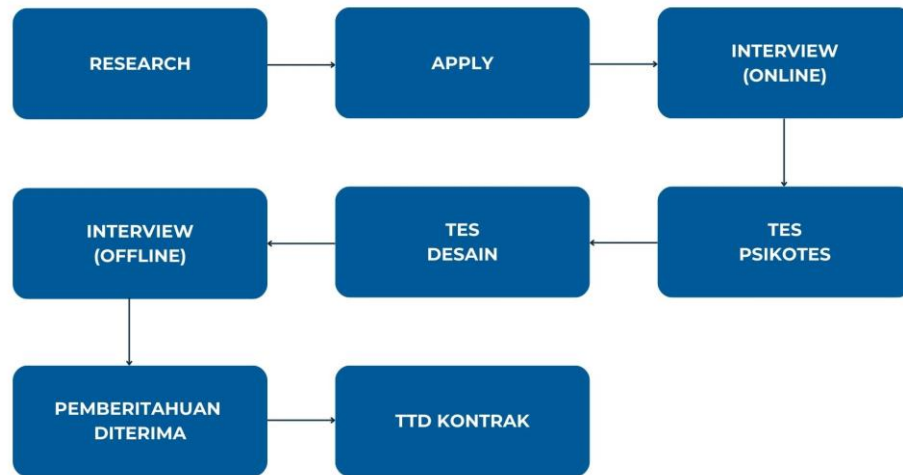
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang

Sebagai salah satu syarat wajib mata kuliah Universitas Multimedia Nusantara, diharuskan untuk melakukan minimal 640 jam kerja, terdapat syarat dan prosedur yang harus diikuti penulis, diantara lain sebagai berikut

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Magang

Penulis melaksanakan magang pada tanggal 22 Juli 2024 sampai 21 Januari 2025 (6 bulan). Penulis sepenuhnya bekerja di Head Office PT Kurnia Ciptamoda Gemilang, yang terletak di Jalan Buntu No. 40, RT.09/RW.10 Grogol Selatan Kebayoran Lama RT.6, RT.6/RW.10, Grogol Sel., Kec. Kby. Lama, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, 12220 setiap hari senin-jumat. Jam kerja pada PT Kurnia Ciptamoda Gemilang fleksibel, dapat datang dari 8-10 pagi dengan durasi 9 jam kerja.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Magang

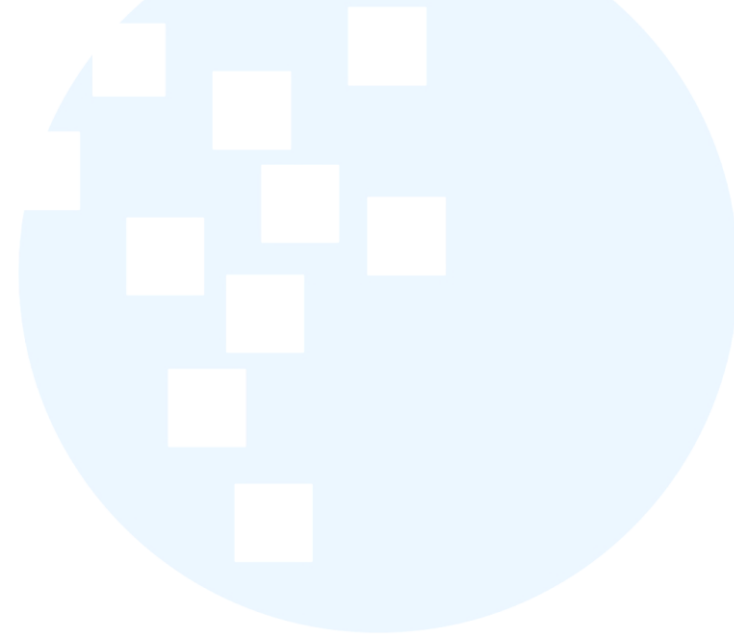


Gambar 1. 1 Prosedur Pelaksanaan magang

Awalnya, penulis melakukan research terlebih dahulu mengenai tempat yang ingin dituju, mencari tempat magang yang sesuai dengan ketertarikan, kemudian mengajukan beberapa tempat tersebut ke dalam website UMN untuk pengecekan apakah magang tersebut sesuai dengan kriteria dari UMN. Setelah tempat tersebut diterima oleh perkuliahan, penulis melakukan sebuah upaya untuk *apply* ke beberapa tempat magang terpilih. Hingga beberapa hari, akhirnya di kontak oleh HR dari PT Kurnia Ciptamoda Gemilang (KCG) untuk melakukan *interview* pertama. *Interview* pertama ini dilakukan secara *online*, dengan pertanyaan dasar seperti mengapa pilih perusahaan tersebut, perkenalan diri, dan lain sebagainya. Kemudian, dilanjutkan dengan tes psikotes untuk menunjukkan kemampuan berpikir dan pengetahuan umum.

Setelah terlihat kompeten, penulis dilanjutkan ke tes yang ketiga, yaitu tes desain. Tes Desain ini terdiri dari pembuatan *layout catalog Ramadhan*, *styling outfit*, dan pembuatan *motion graphic* untuk beberapa *bags Charles & Keith*, untuk menunjukkan kapabilitas *skill* desain penulis. Setelah beberapa hari kemudian, penulis di panggil ke *headquarter* untuk melakukan *interview* dan presentasi tugas desain secara langsung dengan *staff Charles & Keith PT KCG*. Dan akhirnya, setelah sudah melakukan berbagai tahap *interview*, HR mengabarkan bahwa

penulis diterima masuk ke dalam PT Kurnia Ciptamoda Gemilang (KCG), dan meminta untuk pemberian berkas-berkas, seperti CV, portfolio, dan lain sebagainya. Setelah itu, diakhiri dengan tanda tangan surat kontrak yang membuat penulis resmi menjadi Intern *Graphic Designer Marketing Department* di Charles & Keith PT Kurnia Ciptamoda Gemilang (KCG).



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA