

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era digital yang terus berkembang seperti saat ini, media sosial telah menjadi salah satu alat pemasaran yang memiliki peran penting dan efektif bagi sebuah perusahaan, terlebih lagi pada perusahaan yang berbasis digital. Sebab, media sosial mampu menghasilkan kedekatan emosional yang dapat meningkatkan loyalitas merek dengan konsumen (Kotler & Keller, 2021). Era digital juga memudahkan setiap individu untuk terus terhubung dan berkomunikasi di mana pun, kapan pun, bahkan dengan siapa pun. Hal ini membuat media sosial memiliki berbagai fungsi bagi setiap individu atau perusahaan, seperti sebagai media pemasaran dengan metode konvensional, meningkatkan *brand awareness* dan memperkuat kesadaran merek, meningkatkan kepercayaan dan kredibilitas merek, bahkan sebagai salah satu cara bagi perusahaan untuk berinteraksi dengan konsumen. Maka dari itu, media sosial kini bukanlah sekedar alat komunikasi, namun juga dapat menjadi media pemasaran yang dapat menjangkau audiens secara luas dan *real time* (Tejakusuma & Sudarno, 2024, h. 105).

Salah satu perusahaan yang berbasis digital adalah PT RealCo Indonesia. PT RealCo Indonesia adalah sebuah perusahaan yang bergerak dalam industri *healthy consumer-goods* dengan komitmen untuk terus menghadirkan produk inovatif yang dapat meningkatkan kesehatan dan kebugaran bagi masyarakat Indonesia. Dengan adanya misi untuk menjadi perusahaan *healthy consumer-goods* berbasis digital nomor satu di Indonesia, RealCo terus berusaha untuk menjangkau audiens secara luas melalui *platform* digital. Dengan begitu, RealCo juga memerlukan *branding* perusahaan yang baik. Sebab, *branding* perusahaan yang baik dapat membangun kepercayaan dan kredibilitas yang mendorong konsumen atau khalayak luas untuk membeli suatu produk (Keller & Swaminathan, 2020).

Sesuai dengan praktik kerja magang yang diwajibkan oleh Universitas Multimedia Nusantara bagi mahasiswa berprogram studi Desain Komunikasi Visual untuk memperoleh gelar sarjana desain (S.Ds) dan sebagai salah satu cara untuk menerapkan ilmu yang didapatkan selama perkuliahan, penulis mendapatkan kesempatan untuk melaksanakan praktik kerja magang di PT RealCo Indonesia. Terdapat beberapa alasan yang mendasari penulis dalam memilih RealCo sebagai tempat praktik kerja magang. RealCo tidak hanya berfokus pada pertumbuhan bisnis, namun juga melihat perkembangan dan kemampuan setiap individu yang berkontribusi di dalamnya. Dengan budaya kerja yang dinamis dan inklusif, RealCo menyediakan ruang bagi generasi muda, khususnya Gen Z untuk mengasah kreativitas, mengeksplorasi ide-ide inovatif, bahkan memperoleh pengalaman untuk berkontribusi secara langsung dalam membangun industri *healthy consumer-goods*.

Melalui program kerja praktik ini, penulis memiliki posisi sebagai *Corporate Branding Intern*, sehingga memperoleh kesempatan untuk terlibat langsung dalam proses perancangan desain konten media sosial dan desain internal lainnya untuk perusahaan RealCo. Hal ini mencakup perencanaan konsep dan *brief* visual, perancangan desain, proses pengeditan berbagai media, pembuatan *copywriting* yang sesuai, dan diakhiri dengan proses evaluasi atas efektivitas konten yang telah dipublikasi.

1.2 Tujuan Magang

Proses praktik kerja magang ini dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds) pada Universitas Multimedia Nusantara, serta sebagai sarana untuk memperoleh pengalaman kerja pada lingkungan profesional. Dalam menjalankan praktik kerja magang, penulis mengembangkan kemampuan dalam bidang desain grafis ke dalam konten-konten sosial media. Maka dari itu, tujuan dari praktik kerja magang ini bagi penulis adalah sebagai berikut:

1. Memperoleh pengalaman kerja secara nyata dengan relasi dan lingkungan profesional.

2. Menerapkan dan mengimplementasikan ilmu yang telah dipelajari selama masa perkuliahan, serta mempelajari ilmu atau pengalaman baru pada tempat kerja.
3. Memiliki kesempatan untuk merancang desain konten sosial media pada perusahaan yang bergerak dalam bidang *healthy consumer-goods*.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang

Dalam memulai kerja parktik magang pada PT RealCo Indonesia, penulis menjalankan sebuah proses atau tahapan yang diawali dengan pengiriman portfolio desain dan *Curriculum Vitae (CV)* melalui *email*, menjalankan tahap *interview*, menerima *offering call*, dan diakhiri dengan adanya *email* berisi surat penerimaan magang dari perusahaan. Berikut ini merupakan waktu dan prosedur magang yang penulis jalankan.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Magang

Penulis melakukan proses kerja parktik magang pada PT RealCo dengan sistem *batch*, di mana setiap *batch* terdiri atas 3 bulan kerja. Untuk memenuhi jam kerja yang dibutuhkan sebagai syarat kelulusan kampus, penulis perlu mengikuti 2 *batch* yang berlangsung selama 6 bulan. Maka dari itu, penulis mulai mengikuti proses magang pada PT RealCo Indonesia yang diawali pada tanggal 20 Januari 2025 hingga 20 Juli 2025.

Selama proses magang berlangsung, penulis diwajibkan untuk *Work From Office* pada hari Senin hingga Jumat dengan jam kerja yang cukup fleksibel. Penulis diperbolehkan untuk mengawali jam kerja pada pukul 09.00 hingga 10.00, memiliki jam istirahat pukul 12.00 hingga 13.00, dan sudah diperbolehkan kembali ke rumah sejak pukul 17.30. Namun, penulis terkadang tetap menyelesaikan pekerjaan yang belum selesai dan tetap berada di area kantor hingga mendekati pukul 18.00.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Magang

Dalam melaksanakan proses magang, penulis menjalankan beberapa prosedur yang perlu dilakukan dari awal melamar hingga selesai melakukan proses praktik kerja. Proses pelamaran kerja diawali dengan bagaimana penulis melihat *internship opportunity* di LinkedIn pada awal bulan Januari. Karena memiliki rasa ketertarikan yang besar, penulis mendaftarkan diri pada *form* yang disediakan, disertai dengan pengiriman CV dan portfolio terkait. Setelah beberapa hari, penulis menerima undangan untuk melakukan *interview* pada hari Rabu, 15 Januari 2025 melalui Ms Teams. Setelah melakukan *interview* dengan *user* dan *Human Resource (HR)*, penulis mendapatkan kabar bahwa penulis telah berhasil melewati tahap *interview* dan segera melakukan *offering call* via WhatsApp. Kemudian, penulis juga menerima *offering letter* yang dikirimkan melalui email dan menandatangani kontrak kerja pada tanggal 16 Januari 2025.

Pada tanggal 20 Januari 2025, penulis mulai menjalankan proses magang pada PT RealCo Indonesia. Pada pukul 09.00 WIB, penulis serta seluruh pegawai magang lainnya dikumpulkan pada suatu ruangan di dalam kantor (*Realfood Communal Space*) untuk melakukan proses orientasi kerja dan pengenalan pada setiap divisi kantor. Penulis juga melakukan *office tour* agar dapat mengetahui lingkungan kerja kantor. Selama proses kerja praktik langsung, seluruh pegawai kantor menggunakan *dress code* kasual namun sopan.

Untuk mengawali proses magang, penulis melakukan sesi perkenalan dengan seorang *supervisor* bernama Cindy, yang lebih akrab dipanggil dengan sebutan 'Kak Cicil'. Pada hari pertama, Kak Cicil sebagai koordinator divisi *Corporate Branding* memperkenalkan dan menjelaskan penulis mengenai *job desc* yang perlu dilakukan penulis selama kerja magang berlangsung. Penulis akan bertanggung jawab pada beberapa sosial media RealCo, seperti akun Instagram, TikTok, dan LinkedIn. Maka dari itu, penulis memiliki peran utama untuk mendesain konten-konten media sosial RealCo,

seperti *feeds* Instagram, *reels*, *Instagram story*, video TikTok, atau pun desain untuk media internal seperti poster atau *e-flyer* perusahaan.

Divisi *Corporate Branding* yang penulis jalankan terdiri atas Kak Cicil sebagai *supervisor* serta penulis itu sendiri sebagai karyawan magang. Maka dari itu, dalam menyelesaikan pekerjaan, terkadang penulis melakukan asistensi pada Kak Cicil terkait desain atau konten yang sudah dihasilkan sebelum mengunggahnya pada media sosial. Setiap akhir bulan, penulis selalu membuat *brief* konten untuk bulan berikutnya. Sebaliknya, pada awal bulan, penulis melakukan proses evaluasi dari efektifitas konten yang telah diunggah dalam bentuk *social media report*.

