

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri *fashion* telah menjadi salah satu sektor yang berkembang pesat di seluruh dunia, termasuk Indonesia. Pakaian dan busana selain menjadi kebutuhan primer manusia, juga telah menjadi salah satu bentuk identitas dan ekspresi diri. Menurut Carlyle dalam Malin (1961), *fashion* adalah cerminan jiwa yang dapat menyampaikan pesan serta perjalanan dari seorang individu. Di Indonesia, industri *fashion* masuk ke dalam kategori industri kreatif. Menurut Badan Pusat Statistik (2024), ekonomi kreatif di Indonesia akan dijadikan “*new engine of growth*” untuk memenuhi tujuan “Indonesia Emas 2045” karena laju pertumbuhannya yang pesat, yaitu sekitar Rp 641,82 triliun setiap tahunnya. Selain itu, industri *fashion* merupakan 28,29% dari keseluruhan industri kreatif di Indonesia (Hendrayati & Gaffar, 2016). Industri *fashion* di Indonesia saat ini mengalami peningkatan jumlah brand lokal dengan variasi gaya dan keberagaman yang berbeda-beda. Salah satunya adalah lokal *brand* Ninette yang didirikan pada tahun 2019.

Ninette adalah sebuah *brand* yang berfokus pada pakaian dengan gaya dan estetika Korea dengan target pasar perempuan umur 17 – 30 tahun. Salah satu budaya yang terkenal di kalangan target pasar tersebut adalah “*The Korean Wave*”. “*Korean Wave*” atau yang biasa disebut juga “*Hallyu Wave*” adalah istilah yang diberikan kepada budaya dan gelombang antusias terhadap negara Korea Selatan (Putri & Reese, 2018). Ninette memanfaatkan fenomena ini dengan membangun sebuah *brand* yang tidak hanya memiliki gaya pakaian terinspirasi oleh busana Korea Selatan, tetapi juga memiliki konten media sosial berdasarkan tren dan estetika yang sedang terkenal di Korea Selatan saat ini. Sehingga, Ninette memiliki *brand awareness* yang kuat di *platform online* seperti Instagram dan TikTok.

Gen Z dan *Millennial* yang merupakan target pasar utama Ninette, memiliki daya beli dan interaktifitas dengan media sosial yang tinggi. Hal tersebut mempengaruhi sikap mereka terhadap sebuah merek *fashion* dan niat beli melalui *e-commerce* (Burnasheva et al., 2019). Media sosial dapat menjadi sarana yang kuat bagi sebuah *brand* untuk mempromosikan produk, berinteraksi dengan konsumen, hingga meningkatkan loyalitas pada *brand* (Hidayah & Nastiti, 2023). Hingga saat ini, Ninette sudah memiliki *presence* yang kuat baik secara *online* melalui media sosial dan *platform e-commerce* serta *offline* melalui toko fisiknya yang terletak di Jalan Melawai, Blok M, Jakarta Selatan.

Berdasarkan hal tersebut, penulis percaya bahwa *brand presence* dan *loyalty* yang telah dicapai oleh Ninette dalam waktu yang singkat dapat bermanfaat bagi penulis. Mata kuliah jurusan DKV tidak hanya mengajarkan cara menyusun sebuah desain dengan baik, tetapi bagaimana desain tersebut dapat menyampaikan sebuah pesan dengan cara yang komunikatif dan persuasif. Keterampilan ini sangat dibutuhkan untuk posisi *creative team intern* di brand Ninette, dimana penulis berkesempatan untuk berada di posisi tersebut. *Creative team intern* ditugaskan untuk menyusun dan membuat konten media sosial serta konsep untuk koleksi-koleksi baru, hingga *event online* dan *offline* yang diselenggarakan oleh Ninette. Melalui partisipasi penulis dalam *creative team* Ninette, penulis berharap agar pengalaman ini dapat meningkatkan kemampuan penulis dalam desain, ilustrasi, dan *marketing*, hingga membuka peluang dan memperluas koneksi penulis di industri *fashion* dan kreatif *local brand* Indonesia.

1.2 Tujuan Magang

Program kerja magang ini diselenggarakan sebagai salah satu syarat kelulusan dari Universitas Multimedia Nusantara untuk memperoleh gelar sarjana desain (S.Ds.). Selain itu, penulis juga memiliki tujuan lainnya yang ingin dicapai melalui program kerja magang, dengan harapan dapat menjadi pengalaman yang berharga untuk perjalanan karir penulis. Tujuan pribadi yang ingin dicapai oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Sarana untuk menambah pengalaman (*soft skill*) di dunia kerja, seperti cara berkomunikasi, cara bekerja sama dalam sebuah tim (*teamwork*) mempelajari sistem kerja serta peraturan-peraturan yang berlaku di lingkungan kerja.
2. Sarana untuk memperluas ilmu desain (*hard skill*) sekaligus ilmu *creative marketing* yang memiliki potensi besar di berbagai industri dengan bidang yang berbeda-beda.
3. Sarana untuk mengimplementasikan ilmu-ilmu yang telah dipelajari oleh penulis selama menjalankan masa perkuliahan dalam bidang desain komunikasi visual.
4. Sarana untuk menambahkan relasi yang dapat bermanfaat untuk perkembangan karir penulis di masa depan.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang

Penulis melaksanakan kegiatan magang di kantor Ninette yang berada di Jalan Melawai 3 No.7, Blok M, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan. Untuk menyelesaikan dan dinyatakan lulus dari program *Internship Track 1* di Universitas Multimedia Nusantara, penulis membutuhkan minimal 640 jam kerja dimana jam kerja tersebut setara dengan total 20 SKS. Berikut adalah penjabaran waktu dan prosedur pelaksanaan penulis saat magang di Ninette.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Magang

Penulis menjalani kegiatan magang di *brand* Ninette selama periode 6 bulan, dimulai dari tanggal 13 Januari 2025 hingga 27 Juni 2025. Sistem absen di Ninette bersifat fleksibel, dimana penulis diwajibkan untuk kerja secara *work from office* sebanyak minimal 3 kali dalam seminggu dengan jam kerja yang bebas. Durasi jam kerja berada di rentang waktu 7 – 8 jam (termasuk 1 – 2 jam istirahat) atau lebih cepat sesuai dengan jumlah konten yang harus diambil pada hari itu. Namun, penulis diwajibkan untuk hadir saat ada kegiatan *photoshoot*, baik secara *indoor* maupun *outdoor*. Adapun jam lembur yang dapat terjadi dikarenakan kegiatan *photoshoot* di lokasi yang jauh maupun jumlah SKU (*stock keeping unit*) yang banyak.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Magang

Prosedur pelaksanaan magang penulis dimulai dengan *briefing* magang yang diselenggarakan di kampus Universitas Multimedia Nusantara. *Briefing* tersebut memberikan informasi terkait sistem magang yang meliputi prosedur, jadwal, dan aturan-aturan yang harus diikuti oleh penulis agar kegiatan magang yang dilaksanakan dapat dinyatakan valid oleh pihak kampus. Terdapat beberapa program magang yang ditawarkan oleh pihak kampus, namun penulis diwajibkan untuk mengikuti program *Internship Track 1* dengan jumlah 20 SKS. Setelah *briefing* dilaksanakan, penulis mulai mencari lowongan untuk *internship* di berbagai perusahaan, khususnya di bidang *fashion* dan *beauty* sesuai dengan minat penulis.

Pada awal bulan Desember, penulis menemukan iklan untuk posisi *creative team intern* di brand Ninette melalui *platform* Instagram. Saat mengirimkan CV dan portfolio kepada brand, penulis juga mengirimkan lampiran tersebut ke beberapa perusahaan lainnya agar penulis memiliki beberapa opsi tempat magang. Penulis juga memasukkan daftar tersebut ke *website* merdeka.umn.ac.id untuk di-review kembali oleh pihak universitas. Setelah kurang lebih satu minggu memasukkan daftar perusahaan ke *website*, penulis akhirnya mendapatkan *approval* oleh pihak kampus untuk lanjut melakukan magang di Ninette. Di saat yang berdekatan, penulis juga mendapatkan kabar bahwa penulis lolos ke tahap *interview*. Pada awal bulan Januari, penulis melakukan *interview* dengan *head creative team* Ninette, yaitu Karin Andrian. Setelah *interview* dilaksanakan, penulis diberikan tes desain untuk membuat tiga buah konten berbentuk Instagram Story yang sesuai dengan estetika dan *branding* Ninette. Setelah itu, penulis mendapatkan kabar bahwa penulis diterima untuk posisi *creative team intern*. Magang akan dimulai secara resmi pada tanggal 13 Januari 2025.

Setelah semua berkas sudah diperoleh penulis melalui *website* merdeka.umn.ac.id serta surat penerimaan magang dari Ninette, penulis memulai magang pada tanggal 13 Januari 2025 hingga 27 Juni 2025. Selama

pelaksanaan magang, penulis juga mengisi *daily task* di *website* merdeka.umn.ac.id dengan menulis tanggal, waktu, serta deskripsi kegiatan. *Daily task* ini kemudian akan dipantau oleh Karin Andrian selaku *supervisor* penulis selama periode magang untuk dilakukan *approval*. Selain itu, penulis juga mengisi *daily task* untuk *advisor*, yaitu dosen pembimbing yang akan memberikan bimbingan kepada penulis selama periode magang berlangsung.

Penulis juga diwajibkan untuk mengikuti Evaluasi 1 dan Evaluasi 2 selama periode pelaksanaan program kerja magang sesuai dengan peraturan kampus. Evaluasi 1 dilaksanakan pada tanggal 7 – 11 April 2025 dengan mengumpulkan laporan program kerja magang dari Bab I hingga Bab III di *website* merdeka.umn.ac.id. Untuk mengikuti Evaluasi 1, penulis harus sudah menempuh minimal 100 jam kerja untuk *advisor*, 320 jam kerja untuk *supervisor*, dan empat kali pertemuan untuk bimbingan dengan dosen pembimbing selaku *advisor*. Kemudian, Evaluasi 2 dilaksanakan pada tanggal 2 – 6 Juni 2025 dengan mengumpulkan keseluruhan laporan program kerja magang di *website* merdeka.umn.ac.id. Untuk mengikuti Evaluasi 2, penulis harus sudah menempuh minimal 207 jam kerja untuk *advisor*, 640 jam kerja untuk *supervisor*, dan delapan kali pertemuan untuk bimbingan dengan dosen pembimbing selaku *advisor*. Setelah laporan sudah diberikan *approval* oleh dosen pembimbing dan Kepala Program Studi (Kaprodi), penulis bisa mendaftarkan diri untuk mengikuti sidang magang.

Sidang magang berlaku dari tanggal 23 dan 24 Juni 2025 dengan batas pengumpulan laporan maksimal satu minggu setelah jadwal sidang. Penulis mendapatkan jadwal sidang di tanggal 24 Juni 2025. Sebelum mengunggah laporan di *website* merdeka.umn.ac.id, penulis harus melakukan revisi terlebih dahulu. Revisi tersebut kemudian akan dicek oleh dosen pembimbing dan dosen penguji sebelum mendapatkan tanda tangan basah untuk halaman pengesahan. Selain itu, penulis juga perlu mendapatkan tanda tangan Kaprodi. Setelah mendapatkan keseluruhan tanda tangan tersebut, penulis bisa mengumpulkan laporan magang di *website* merdeka.umn.ac.id.