

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di era digital saat ini, media sosial memegang peran yang krusial dalam kehidupan sehari-hari. Platform ini memungkinkan individu untuk berkomunikasi, berinteraksi, dan menjalin relasi dengan cara yang mudah dan lebih efisien (Ikhsan, dkk., 2024, h.31). Menurut Contreas dan Ramos dalam Padapi dkk., (2022, h.30), media sosial juga berperan dalam meningkatkan kesadaran dan membentuk citra suatu produk. Data mengungkapkan bahwa 49 persen penduduk Indonesia aktif menggunakan media sosial. Di antara berbagai platform, *Instagram* menjadi media sosial tertinggi yang digunakan sebagai komunikasi dan promosi. Bahkan, menurut riset "*We Are Social*," Indonesia merupakan negara dengan jumlah pengguna *Instagram* terbesar di Asia Pasifik. Oleh karena itu, platform *Instagram* digunakan oleh berbagai brand untuk menarik perhatian audiens terhadap produk brand tersebut. Colorbox adalah salah satu brand yang memanfaatkan media sosial, khususnya *Instagram* dan *Tiktok* sebagai media untuk melakukan kegiatan promosi dan informasi terkait produk busananya.

Dalam menjalani program magang, penulis memilih untuk bergabung dengan Colorbox, PT Delami Brands, sebagai Graphic Designer Media Sosial. Keputusan ini didasarkan pada ketertarikan penulis terhadap industri fashion, khususnya *brand fashion* yang memiliki karakter kuat dalam penyampaian identitas visualnya. Colorbox dikenal sebagai salah satu brand yang aktif dalam membangun citra melalui konten-konten kreatif di media sosial, sehingga menjadi tempat yang tepat bagi penulis untuk mendalami lebih lanjut bagaimana desain visual dan strategi komunikasi dapat diterapkan secara efektif dalam industri ini. Melalui program magang ini, penulis memiliki kesempatan untuk mengimplementasikan ilmu dan pengetahuan yang telah diperoleh selama masa perkuliahan di bidang Desain Komunikasi Visual. Penulis dapat belajar secara langsung mengenai tren desain dalam industri fashion, memahami cara kerja tim

kreatif dalam menghasilkan konten yang sesuai dengan identitas brand, serta mengenal lebih dalam bagaimana strategi komunikasi dapat membangun engagement yang kuat dengan audiens. Selama masa magang, penulis bertanggung jawab dalam pembuatan berbagai konten visual dan ide konten untuk media sosial Colorbox. Mulai dari desain promosi untuk kampanye pemasaran, pembuatan konten pendukung branding, hingga konten interaktif yang bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan audiens. Dalam proses ini, penulis juga belajar bagaimana memahami target pasar serta menyusun desain dan konten yang tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga memiliki nilai komunikasi yang efektif. Dengan demikian, pengalaman magang ini menjadi kesempatan untuk mengembangkan keterampilan teknis dan kreativitas dalam dunia kerja yang sesungguhnya.

## **1.2 Tujuan Magang**

Program magang ini bertujuan untuk memberikan pengalaman kerja nyata, serta membekali penulis dengan keterampilan yang relevan dengan industri. Dalam program ini, penulis menjalani magang di Colorbox, PT Delami Brands, sebagai Graphic Designer Media Sosial. Adapun tujuan dari pelaksanaan magang ini adalah sebagai berikut:

1. Memenuhi syarat kelulusan dan memperoleh gelar sarjana.
2. Mendapatkan pengalaman langsung dalam industri *fashion*, khususnya dalam bidang desain komunikasi visual dan strategi pemasaran digital.
3. Mengasah *hard skills* dan *soft skills* dalam desain grafis, seperti pengelolaan konten media sosial, kemampuan bekerja dalam tim dan beradaptasi di lingkungan kerja secara optimal.
4. Memahami strategi visual dalam membangun identitas brand serta menciptakan desain yang menarik dan efektif untuk audiens *fashion*.
5. Membangun jaringan dan relasi profesional di bidang desain grafis serta industri *fashion* dan retail.

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

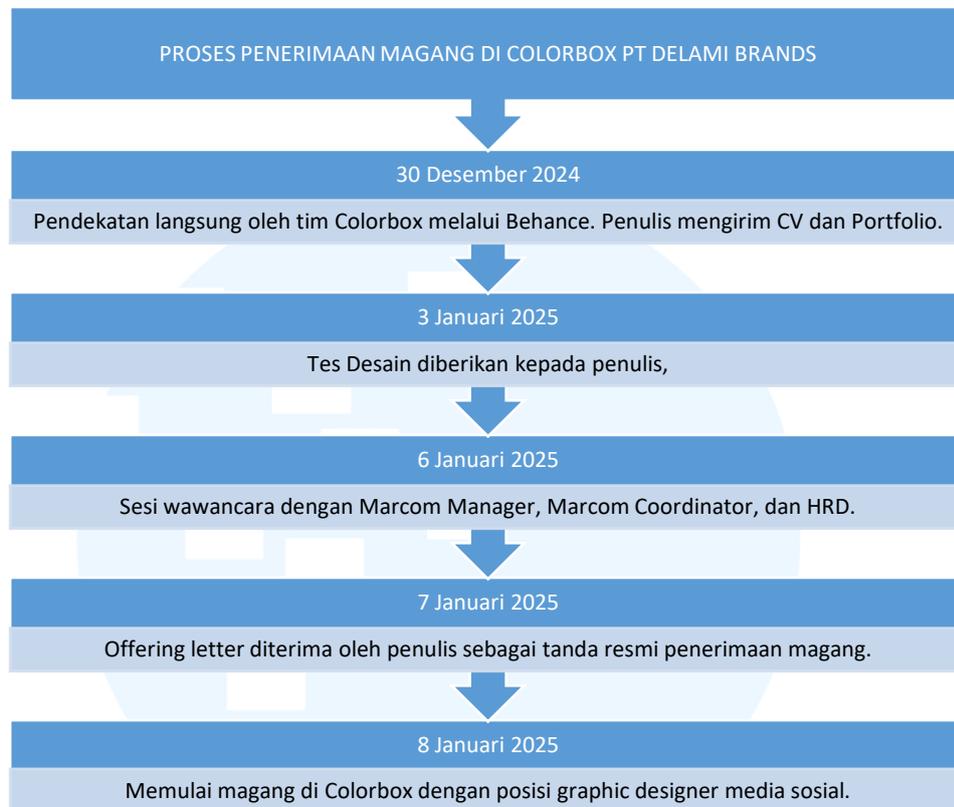
Proses penerimaan dan pelaksanaan magang di Colorbox melalui beberapa tahapan seleksi yang terstruktur. Penulis mendapatkan kesempatan untuk bergabung sebagai *Graphic Designer* Media Sosial setelah melalui proses seleksi yang mencakup pengiriman portofolio, tes desain, serta wawancara dengan tim terkait. Setelah resmi diterima, penulis menjalani program magang dengan periode dan ketentuan kerja yang telah ditetapkan berdasarkan *offering letter*. Berikut adalah tahapan waktu dan prosedur pelaksanaan magang yang dijalani penulis di Colorbox, PT Delami Brands.

#### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Magang**

Berdasarkan *offering letter* yang diterima, selama magang penulis bekerja dengan jam operasional dari pukul 09.00 hingga 18.00, dengan waktu istirahat dari pukul 12.00 hingga 13.00, sehingga total jam kerja per hari adalah 8 jam. Penulis menjalani sistem *Work From Office* (WFO) setiap hari di kantor PT Delami Brands, yang berlokasi di Prominence Tower, Alam Sutera, lantai 9. Periode magang berlangsung selama 4 bulan 22 hari, dimulai pada 8 Januari hingga 30 Mei 2025.

#### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Magang**

Proses penerimaan magang di Colorbox PT Delami Brands melibatkan beberapa tahapan seleksi yang dirancang untuk menilai keterampilan, pengalaman, serta kesiapan kandidat dalam menghadapi lingkungan kerja profesional. Seleksi ini dimulai dengan pendekatan langsung dari tim Colorbox melalui platform kreatif, diikuti dengan pengiriman CV dan portofolio, tes desain, wawancara, hingga penerimaan *offering letter*. Setiap tahapan dilakukan secara sistematis untuk memastikan bahwa kandidat yang terpilih sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Berikut merupakan bagan yang menggambarkan alur proses penerimaan magang di Colorbox:



Gambar 1.1 Bagan Prosedur Pelaksanaan Magang  
Sumber: Brigitte, 2025

Proses penerimaan magang di Colorbox diawali dengan pendekatan langsung dari tim Colorbox melalui *Behance* pada 30 Desember 2025. Tim Colorbox menghubungi penulis dan meminta untuk mengirimkan CV serta portofolio sebagai tahap awal seleksi. Setelah itu, pada 3 Januari, penulis menerima tes desain yang harus diselesaikan dan dikumpulkan bersamaan dengan sesi wawancara pada 6 Januari. Pada tahap wawancara, penulis berbicara langsung dengan *Marketing Communication (Marcom) Coordinator, Marcom Manager*, serta perwakilan dari tim HRD. Wawancara berlangsung secara *offline* di kantor PT Delami Brands, yang berlokasi di Prominence Tower, Alam Sutera. Wawancara ini bertujuan untuk memahami keterampilan desain penulis, pengalaman sebelumnya, serta kesiapan untuk bekerja di lingkungan profesional. Setelah melewati proses seleksi, penulis dinyatakan diterima untuk posisi *Graphic Designer Media Sosial*. Pada 7 Januari, penulis menerima *offering letter* sebagai

konfirmasi resmi penerimaan magang. Keesokan harinya, 8 Januari, penulis mulai bekerja di Colorbox dengan periode magang selama 4 bulan 22 hari, dari 8 Januari hingga 30 Mei 2025.



UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA