BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menjaga kebersihan dan perawatan diri adalah aspek dasar yang penting untuk menjaga kesehatan dan meningkatkan rasa percaya diri. Penggunaan produk perawatan diri, seperti *facial wash*, pelembab, *sunscreen*, dan parfum, berperan penting untuk melindungi kulit agar tetap sehat dan membangun citra diri. Kesadaran akan pentingnya perawatan diri kini mulai dijaga sejak bayi dan juga meningkat pada kalangan pria. Meningkatnya kesadaran perawatan diri di berbagai kalangan berpengaruh besar dalam perkembangan industri perawatan pribadi di Indonesia (Kemenperin, 2024).

Pertumbuhan pesat tersebut mendominasi pasar segmen perawatan pribadi hingga mencapai nilai USD 3,18 miliar, diikuti oleh *skincare* dengan nilai USD 2,5 miliar, kosmetik dengan USD 1,61 miliar, dan parfum mencapai USD 39 juta (Kemenperin, 2024). Oleh karena itu, sejak 2018 hingga 2022, kategori tersebut memasuki tiga besar penjualan di *marketplace* yang mencapai total nilai transaksi Rp13.287,4 triliun dan *volume* transaksi 145,44 juta (Waluyo, 2024). Tidak hanya berkembang dalam negeri, nilai ekspor produk perawatan diri seperti parfum dan kosmetik mencapai USD 770,8 juta pada 2023 (Kemenko Perekonomian, 2024). Menurut Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian RI, potensi perkembangan *market size* secara global dapat mengalami pertumbuhan 5,5% per tahun dan mencapai USD473.21 miliar pada 2028. Oleh karena itu, semakin banyak produk yang disesuaikan untuk kebutuhan perawatan wanita, pria, hingga bayi.

Salah satu perusahaan yang bergerak di industri perawatan diri dan kosmetika adalah PT Sumber Kosmetika Indah. PT Sumber Kosmetika Indah ini menaungi beberapa merek, seperti Pinkberry yang menyediakan produk perawatan diri hingga kecantikan untuk wanita, First Step yang berfokus pada perawatan bayi, HOSE yang menyediakan perawatan khusus pria, dan Souji yang berfokus pada

produk *handwash*. Perusahaan ini memanfaatkan media sosial dan *platform* penjualan digital untuk meningkatkan daya tarik produknya.

Salah satu peran penting dalam strategi pemasaran digital tersebut adalah desainer grafis. Dengan desain grafis, identitas visual dapat dirancang secara konsisten sehingga menarik perhatian target konsumen. Oleh karena itu, desain grafis dibutuhkan dalam pemasaran yang didominasi oleh *digital marketing* seperti PT SKI yang mulai memanfaatkan media sosial menjadi strategi utama pemasaran. Dengan mengikuti program magang sebagai *graphic designer intern* di PT SKI, penulis dapat memahami proses kreatif dalam industri dan mampu mengaplikasikan keterampilan yang telah diperoleh dalam lingkungan profesional. Pengalaman ini tentu dapat menambah wawasan lebih banyak mengenai bidang desain dalam industri secara langsung.

Pemilihan PT SKI sebagai tempat magang juga didasari oleh reputasi perusahaan yang baik serta peluang belajar yang ditawarkan. PT SKI memberikan perhatian besar pada aspek visual setiap *brand* sehingga masing-masing *brand* memiliki tampilan visual khas sesuai dengan target pemasarannya. Dengan beragam visual *brand* yang tersedia, penulis memiliki peluang lebih besar untuk mengasah kreativitas, memahami desain untuk target pemasaran, mengembangkan portofolio, dan bekerja secara kolaboratif dalam tim profesional.

1.2 Tujuan Magang

Tujuan dari pelaksanaan magang ini adalah sebagai berikut:

1. Memenuhi salah satu syarat kelulusan akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Desain;
2. Menambah wawasan dan pengalaman secara langsung terkait bidang desain dalam lingkungan industri;
3. Mengasah aspek *hardskill* yang telah dipelajari seperti penggunaan aplikasi desain Adobe Photoshop, Illustrator, dan After Effect;

4. Selain keterampilan teknis, pelaksanaan magang juga meningkatkan keterampilan non-teknis atau *softskill* seperti manajemen waktu, kemampuan komunikasi, dan kerja sama antar tim.
5. Penulis juga dapat mempersiapkan diri menghadapi dunia kerja dengan memahami alur kerja lingkungan profesional pada pelaksanaan magang.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang

Berikut adalah deskripsi detail waktu kerja magang dan prosedur pelaksanaan magang yang penulis lakukan:

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Magang

Pelaksanaan magang berlangsung selama enam bulan yang terhitung sejak 3 Februari 2025 sampai dengan 3 Agustus 2025 sebagai *Graphic Designer* untuk semua *brand* PT Sumber Kosmetika Indah. Selama periode magang, aktivitas kerja dilakukan dengan sistem kerja *work from office* (WFO). Magang ini dilaksanakan di PT Sumber Kosmetika Indah, yang berlokasi di Alfa Tower lantai 26, Alam Sutera, Kota Tangerang. Kegiatan kerja di kantor berlangsung dari hari Senin hingga Jumat dengan jam kerja mulai pukul 08.00 hingga 17.00 WIB. Artinya, penulis bekerja kurang lebih selama 40 jam dalam seminggu.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Magang

Berikut merupakan rincian lebih detail terkait prosedur pelaksanaan magang yang penulis lalui dari awal hingga akhir:

1. Proses Administrasi Kampus

Sebelum melaksanakan praktik magang, penulis melalui beberapa proses yang diwajibkan oleh pihak kampus. Pada tanggal 18 November 2024, penulis berpartisipasi dalam proses pembekalan magang yang wajib diikuti oleh seluruh mahasiswa yang akan melaksanakan magang. Penulis melakukan tahapan pra-KRS pada tanggal 28 November 2024.

Setelah mengikuti pembekalan dan pra-KRS, penulis mulai mencari tempat magang dan melakukan pendaftaran magang pada *website* merdeka. Ketika tempat magang telah disetujui, penulis mendapatkan Surat Pengantar Magang sebagai kelengkapan pengajuan magang. Setelah diterima di tempat magang, penulis mengisi *complete registration* di MBKM 02. Penulis melakukan tahapan KRS pada tanggal 20 Januari 2025 di myumn.ac.id.

2. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Magang

Sebelum diterima di tempat magang, penulis melalui beberapa prosedur penerimaan tempat magang. Langkah pertama adalah penulis mengajukan permohonan magang ke PT Sumber Kosmetika Indah pada tanggal 20 Desember 2024 di Glints. Penulis mendapatkan *feedback* berupa penugasan tes desain pada tanggal 23 Desember dan selesai pada hari itu juga. Pada 24 Desember 2024, penulis mendapatkan *feedback* bahwa tes desain telah direview dan HRD ingin melakukan sesi tanya jawab via *voice call*.

Setelah melakukan *voice call*, penulis mengisi *application form* sesuai arahan melalui diskusi tersebut dan penentuan tanggal *user interview*. Penulis menghadiri *user interview* pada tanggal 6 Januari pukul 14.00 WIB di Alfa Tower Lt. 26. Setelah melakukan interview, penulis mendapatkan informasi diterima di PT Sumber Kosmetika Indah. Penulis menandatangani perjanjian magang pada tanggal 14 Januari 2025.

3. Proses Pelaksanaan Praktik Magang

Hari pertama kerja magang dimulai pada tanggal 3 Februari 2024 sebagai *Graphic Designer*. Penulis didampingi oleh *supervisor* Egie Amalia selaku *Creative Junior Manager*. Setiap hari, penulis melakukan pengisian *daily task* pekerjaan dan mengajukan lembar penilaian kerja magang pada akhir periode magang.