

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri farmasi merupakan salah satu sektor yang memiliki peran yang cukup penting dalam menunjang kesehatan masyarakat Indonesia. Seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kesehatan, kebutuhan akan produk farmasi dan informasi medis juga terus berkembang dan menjadi salah satu kebutuhan pokok khalayak umum (Dewi, 2024). Dalam kondisi tersebut, perusahaan farmasi tidak hanya dituntut dalam menghadirkan produk yang berkualitas dan terpercaya, tetapi juga mampu menyampaikan informasi yang jelas dan mudah dipahami kepada masyarakat. Dalam menyikapi hal tersebut, penulis tertarik untuk mengeksplorasi mengenai strategi pemasaran yang berbasis tren global dapat diaplikasikan dalam desain *branding*, media sosial, *packaging*, dan *e-commerce* produk farmasi baik untuk keperluan internal hingga eksternal perusahaan.

Dalam menyampaikan informasi tersebut, komunikasi visual menjadi salah satu aspek penting yang dapat membantu perusahaan menyampaikan pesan secara efektif. Melalui media visual seperti desain grafis, ilustrasi, maupun konten digital, informasi kesehatan dapat dikemas secara lebih menarik dan mudah dipahami oleh masyarakat. Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang farmasi di Indonesia adalah PT Inertia Utama atau Dexa Group. Sebagai perusahaan yang berfokus pada pengembangan dan distribusi produk kesehatan, PT Inertia Utama yang mencakup PT Dexa Medica juga memanfaatkan berbagai media komunikasi visual untuk mendukung aktivitas perusahaan, baik dalam penyampaian informasi produk, edukasi kesehatan, maupun kebutuhan komunikasi perusahaan lainnya. Hal ini meliputi pemasaran secara eksternal perusahaan mengenai produk dari Dexa Medica, hingga komunikasi internal korporat dalam perusahaan.

PT Inertia Utama (Dexa Group) merupakan salah satu perusahaan swasta yang bergerak di ranah industri farmasi Indonesia sejak tahun 1969 yang digagas oleh Rudy Soetikno yang berlokasi di Palembang, Sumatera Selatan. Pada awal berdirinya, PT Dexa Medica menjadi perusahaan pertama yang berperan sebagai penggerak dunia farmasi Indonesia dalam memproduksi Obat Generik Berlogo/OGB (obat generik tidak bermerek), dan satu dari lima perusahaan farmasi yang telah menerima sertifikasi Cara Pembuatan Obat yang Baik (CPOB) (Dexa Group, 2026).

Untuk dapat mengikuti perkembangan industri sekaligus menjawab berbagai tantangan yang ada, perusahaan farmasi perlu memanfaatkan berbagai pendekatan komunikasi yang efektif, termasuk melalui media visual. Dalam konteks tersebut, desain grafis menjadi salah satu elemen penting yang dapat membantu perusahaan menyampaikan informasi secara lebih jelas, menarik, dan mudah dipahami oleh audiens. Melalui pengolahan elemen visual layaknya tipografi, warna, ilustrasi, serta *layout*, informasi mengenai produk maupun pesan perusahaan dapat dikomunikasikan secara lebih efektif. Salah satu perusahaan yang telah memanfaatkan peran komunikasi visual dalam aktivitasnya adalah Dexa Group. Dalam program kerja magang ini, penulis berkesempatan untuk menjalani peran sebagai *Graphic Designer Intern* yang terlibat dalam berbagai kebutuhan desain perusahaan. Pada posisi tersebut, penulis diberikan kesempatan untuk mempelajari proses perancangan visual sekaligus berkontribusi dalam pembuatan berbagai materi desain yang mendukung kebutuhan komunikasi perusahaan, mulai dari keperluan korporat, pemasaran, sosial media, produk, *branding*, dan masih banyak lagi.

1.2 Tujuan Kerja

Tujuan penulis menjalankan program magang di PT Inertia Utama (Dexa Medica) ialah sebagai salah satu syarat kelulusan di Universitas Multimedia Nusantara. Selain hal tersebut, proses magang ini juga ditujukan untuk:

1. Menerapkan serta mengembangkan *hard skill* yang telah dipelajari semasa perkuliahan berdasarkan ilmu desain yang telah ditekuni sebelumnya.

2. Mengalami dan terlibat langsung dalam proses kerja di industri profesional.
3. Sebagai sarana pengembangan portfolio dan CV yang bertujuan dalam melebarkan peluang karir industri desain di masa depan.
4. Mengembangkan *soft skill* dalam manajemen waktu, kerja sama, dan komunikasi dengan tim dalam membangun hubungan profesional serta memahami etika kerja.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja

Dalam menjalani program magang di perusahaan Dexa Group, penulis dan pihak perusahaan telah melakukan kesepakatan yang dilakukan atas kontrak kerja dengan masa kerja selama 12 bulan dan dilakukan secara *onsite*.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja

Penulis menjalani program magang di PT Dexa Medica (Dexa Group) dalam rentang waktu 11 Februari 2026 hingga 11 Februari 2026. Selama periode tersebut, kegiatan magang dilaksanakan secara *work from office* atau *onsite* di kawasan Titan Center Bintaro lantai 5. Aktivitas kerja berlangsung lima hari kerja dalam satu minggu, yakni mulai dari hari Senin sampai Jumat. Setiap harinya, penulis menjalani jam kerja mulai pukul 08.00 WIB hingga 17.00 WIB dengan jeda istirahat pada pukul 11.30 WIB sampai 13.00 WIB.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja

Tahapan pelaksanaan program Career Acceleration dimulai melalui penulis melakukan pencarian terhadap ketersediaan *internship* di perusahaan hingga memperoleh informasi mengenai lowongan magang melalui *platform* pencarian kerja daring Dealls pada 21 Januari 2026. Lowongan tersebut ditemukan secara *online* dan dinilai sesuai dengan bidang yang ditekuni penulis. Selanjutnya, penulis mengajukan lamaran dengan mengirimkan *curriculum vitae* (CV) serta portofolio desain sebagai dokumen pendukung dalam proses seleksi.

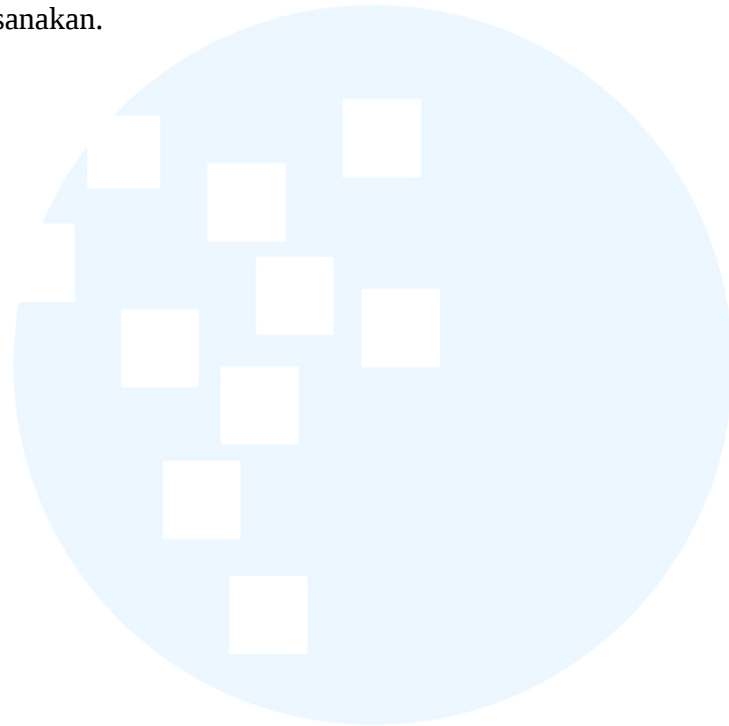
Pada 2 Februari 2026, penulis dihubungi oleh pihak *Human Resources* melalui aplikasi *WhatsApp* untuk melanjutkan ke tahap seleksi

berikutnya. Tahap wawancara pertama dilaksanakan pada 3 Februari 2026 melalui panggilan WhatsApp bersama tim HR. Setelah itu, penulis diberikan informasi untuk mengikuti wawancara lanjutan dengan pihak *user* pada 6 Februari 2026 secara *online* melalui perantara *Google Meeting*. Setelah menjalani *interview* dengan *user*, pada hari yang sama, penulis menerima pemberitahuan bahwa penulis diterima sebagai Graphic Designer Intern di PT. Dexe Medica (Dexe Group). Penulis kemudian dijadwalkan untuk memulai kegiatan magang pada hari Rabu, tanggal 11 Februari 2026.

Pada hari pertama pelaksanaan program CAP, penulis mengikuti kegiatan *induction* sebagai bentuk pengenalan terhadap lingkungan dan sistem kerja perusahaan Dexe Group, yang diselenggarakan bersama Natasha Febiola selaku tim HR di Titan Center lantai 10. Setelah proses tersebut, penulis menerima penugasan awal berupa pembuatan poster email yang digunakan sebagai media pemberitahuan internal perusahaan. Tugas ini diberikan oleh Bagus Adi Kurniawan selaku *supervisor* yang membimbing penulis selama masa magang. Dalam beberapa kesempatan, penulis juga terlibat sebagai pendukung dalam pengerjaan berbagai proyek desain yang dikerjakan oleh Alexandra Cathlen Sidhartaputri yang berperan sebagai *Graphic Designer Full Time*. Setiap tugas yang telah diselesaikan kemudian dibahas bersama *supervisor* melalui proses asistensi untuk memperoleh evaluasi serta masukan perbaikan.

Kegiatan tersebut berlangsung secara berkelanjutan seiring dengan berbagai penugasan lain yang diberikan selama periode magang. Pekerjaan yang dikerjakan penulis mencakup berbagai kebutuhan desain, di antaranya untuk PT Dexe Medica, PT Ferron Par Pharmaceuticals, serta beberapa perusahaan lain yang berada di bawah naungan Dexe Group. Selain itu, penulis juga turut membantu kebutuhan riset internal yang digunakan oleh *supervisor* sebagai bagian dari pengembangan proyek. Seluruh rangkaian kegiatan tersebut dijalankan selama total 915 jam kerja, dengan pelaksanaan Evaluasi 1 pada 6–10 April 2026 dan Evaluasi 2 pada 8–12 Juni 2026.

Sebagai tahap akhir, penulis mengikuti sidang magang yang diselenggarakan pada 29 Juni hingga 3 Juli 2026 di Universitas Multimedia Nusantara sebagai bentuk pertanggungjawaban akademik atas kegiatan magang yang telah dilaksanakan.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA