

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam beberapa tahun terakhir, kesadaran masyarakat terhadap kesehatan dan kebugaran tubuh semakin meningkat. Pasca pandemi COVID-19, masyarakat menjadi lebih peduli terhadap kondisi fisik, daya tahan tubuh, dan penerapan gaya hidup sehat. Hal ini terlihat dari meningkatnya minat masyarakat terhadap aktivitas olahraga, khususnya di pusat kebugaran (*gym*). Data menunjukkan bahwa persentase masyarakat Indonesia yang rutin berolahraga meningkat dari 27,14% pada tahun 2021 menjadi 37,16% pada tahun 2024. Selain itu, sebanyak 36,3% responden diketahui berolahraga minimal satu kali dalam seminggu, dengan kelompok usia 26–35 tahun menjadi yang paling aktif, terutama di kota-kota besar (Alfathi, 2025).

Menurut *Head of Marketing FIT HUB*, Diza Anindita, FIT HUB yang didirikan pada tahun 2020 saat pandemi COVID-19 dengan satu cabang, mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Hingga akhir tahun 2024, FIT HUB telah memiliki 107 cabang di 30 kota di Indonesia (Amurwonegoro, 2025). Jumlah anggotanya pun meningkat dari 10.000 orang pada tahun 2021 menjadi hampir 300.000 anggota pada awal tahun 2025. Hal ini menunjukkan bahwa olahraga kini sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat.

Seiring dengan meningkatnya aktivitas olahraga, penggunaan suplemen juga semakin umum. Banyak orang percaya bahwa suplemen dapat membantu meningkatkan performa dan mendukung pertumbuhan otot (Hurst et al., 2019). Morton et al. (2018) juga menyatakan bahwa konsumsi protein yang dikombinasikan dengan latihan rutin dapat membantu meningkatkan kekuatan dan massa otot.

Indonesia sendiri menjadi salah satu pasar yang berkembang pesat dalam industri suplemen. Berdasarkan survei regional tahun 2025, sekitar 88% konsumen Indonesia rutin mengonsumsi suplemen. Angka ini menunjukkan potensi besar dalam industri kesehatan. Namun, tingginya konsumsi juga membuat persaingan

antar brand semakin ketat dan mendorong strategi promosi yang lebih agresif di media sosial (Aji, 2025).

Dalam kondisi tersebut, desain grafis memiliki peran penting. Visual yang menarik dan konsisten dapat membantu membangun citra brand serta meningkatkan kepercayaan konsumen. Brand seperti I-CON Nutrition memanfaatkan media sosial sebagai sarana utama untuk memperkenalkan produk dan membangun identitas brand di kalangan anak muda dan komunitas *gym*.

Kesempatan menjadi Graphic Design Intern di I-CON Nutrition menjadi pengalaman yang berharga bagi penulis. Melalui program Career Acceleration, penulis belajar membuat konten visual untuk media sosial serta memahami bagaimana desain dapat digunakan sebagai strategi komunikasi yang efektif. Pengalaman ini membantu penulis memahami dunia kerja profesional sekaligus mengembangkan keterampilan desain dan pemahaman terhadap branding di industri kesehatan.

1.2 Tujuan Kerja

Program *Career Acceleration* di perusahaan I-CON Nutrition bertujuan untuk memberikan penulis pengalaman secara langsung dan mengembangkan keterampilan desain grafis yang aplikatif dalam dunia profesional. Selama program berlangsung, penulis mendapatkan kesempatan untuk memahami proses kerja di bidang suplemen kesehatan sebagai *intern graphic designer* dan menerapkan ilmu desain dalam proyek nyata. Berikut adalah beberapa tujuan magang lainnya sebagai berikut.

1. Memenuhi syarat akademik sebagai bagian dari program studi Desain Komunikasi Visual
2. Meningkatkan keterampilan dalam desain grafis, termasuk penggunaan software desain, seperti *Adobe Illustrator*, *Adobe Photoshop*, *layouting*, *color grading*, dan lain-lain.
3. Mengembangkan soft skill seperti manajemen waktu, kreativitas, kerja tim, berpikir kritis, dan komunikasi dalam lingkungan kerja profesional.
4. Menghasilkan berbagai bentuk desain yang dapat menambah portofolio sebagai desainer grafis.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja

Pelaksanaan Magang di perusahaan I-CON Nutrition berlangsung dalam jangka waktu yang telah ditentukan resmi dari ketentuan universitas. Durasi magang yang ditentukan minimal 640 jam kerja (dengan *approval Supervisor* Perusahaan) dan diiringi dengan 207 jam bimbingan magang dan proses pembuatan laporan yang dibimbing oleh *Advisor* universitas. Proses magang terdiri dari tahap seleksi hingga penugasan di tim *Graphic Designer* serta pelaksanaan pekerjaan sesuai jadwal yang telah ditetapkan. Seluruh kegiatan magang dilakukan berdasarkan sistem kerja kantor.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja

Periode magang di perusahaan I-CON Nutrition berlangsung selama 4 bulan yang telah dilaksanakan penulis dari tanggal 28 Januari 2026 hingga 5 Juni 2026. Selama program magang dilaksanakan, penulis melaksanakan program dengan sistem *Work From Office*, dimana hari kerja dilaksanakan dari hari senin hingga jumat. Setiap hari senin hingga kamis, penulis memulai program dari pukul 10.00 hingga 18.00 WIB dengan waktu istirahat satu jam. Kemudian untuk hari Jumat, penulis bekerja dimulai dari pukul 10.00 hingga 16.00 WIB dengan waktu istirahat satu jam. Dengan sistem ini penulis dapat mengalami pengalaman secara keseluruhan dalam lingkungan kantor.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja

Proses magang dimulai ketika penulis menemukan informasi lowongan *Graphic Designer Internship* yang diunggah oleh akun @lowongancreative melalui media sosial Instagram. Setelah mengetahui informasi tersebut, penulis kemudian mengirimkan surel untuk mengajukan diri pada program magang yang ditawarkan, dengan melampirkan CV (*Curriculum Vitae*) dan portofolio sebagai bahan pendukung pada 23 Januari 2026. Beberapa hari setelah pengajuan dikirimkan, tepatnya pada 26 Januari 2026, penulis menerima balasan dari pihak I-CON Nutrition. Melalui balasan

tersebut, penulis mendapatkan undangan untuk mengikuti proses wawancara bersama bagian HR perusahaan, yaitu Ibu Ella Nurfaizah.

Wawancara magang dilaksanakan dalam suasana yang santai dengan pembahasan seputar pengalaman desain penulis serta pemahaman penulis terhadap perangkat lunak desain yang digunakan. Setelah proses wawancara selesai, penulis menerima konfirmasi penerimaan sebagai Graphic Designer Intern satu hari setelah wawancara dilaksanakan. Selanjutnya, penulis menerima surat penerimaan magang yang kemudian diunggah ke platform *Prostep* milik universitas sebagai bagian dari administrasi magang. Pada hari pertama pelaksanaan magang, yaitu 28 Januari 2026, penulis menjalani kegiatan magang secara *offline* dengan datang langsung ke kantor. Pada hari tersebut, penulis diperkenalkan kepada beberapa karyawan yang bekerja di berbagai divisi. Selain itu, penulis juga diberikan penjelasan mengenai sistem kerja perusahaan serta gambaran tugas dan tanggung jawab yang akan dilaksanakan selama masa magang. Selama periode magang, penulis ditempatkan pada tim *Graphic Designer* dan dibimbing secara langsung oleh *Senior Graphic Designer*, yaitu Haikal. Selain itu, penulis juga mendapatkan bimbingan dan supervisi langsung dari Ibu Ella Nurfaizah selaku pihak yang bertanggung jawab dalam pengawasan kegiatan magang.