

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemanfaatan media sosial menjadi strategi utama dalam membangun hubungan antara brand dan audiens melalui konten yang konsisten dan interaktif. Aktivitas pemasaran di media sosial terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap pembentukan *brand image* dan kepercayaan konsumen, yang pada akhirnya berdampak pada perilaku pembelian (Abdullah, 2025, h. 5). Salah satu bentuk konten yang sering digunakan adalah *greeting post*, yang berfungsi sebagai sarana komunikasi ringan namun berkelanjutan untuk menjaga kedekatan dengan audiens. Konten ini tidak hanya berperan sebagai penyampai pesan, tetapi juga sebagai stimulus interaksi yang mampu meningkatkan engagement jika dikemas dengan pendekatan emosional dan relevan dengan momen tertentu (Rahwati, 2023, h. 12).

Selain itu, interaksi yang tercipta melalui konten seperti *greeting post* memiliki peran penting dalam meningkatkan *brand awareness*, *brand image*, dan loyalitas konsumen. Keterlibatan audiens di media sosial menjadi faktor kunci yang menjembatani hubungan antara aktivitas konten dan persepsi terhadap brand (Putra & Wijaya, 2025, h. 8). Konsistensi dalam menyajikan konten yang selaras dengan identitas visual dan nilai brand juga memperkuat posisi brand di benak audiens (Sari, 2024, h. 15). Oleh karena itu, penggunaan *greeting post* sebagai bagian dari strategi *brand activation* dapat menjadi langkah efektif untuk menciptakan pengalaman yang positif, meningkatkan interaksi, serta memperkuat citra brand secara berkelanjutan di media sosial.

Tim digital marketing di PT Synergy Lestari Group (SLG), khususnya desainer grafis, menangani berbagai brand yang aktif di media sosial sehingga perlu menjaga *brand activation* dan *brand image* secara konsisten. Seiring dengan ekspansi perusahaan, beban pekerjaan meningkat dan kebutuhan akan tenaga desain tambahan menjadi semakin penting. PT Synergy Lestari Group sendiri merupakan

perusahaan induk yang berlokasi di Jakarta Pusat, didirikan pada tahun 2019, dan mengelola beberapa sektor bisnis seperti *Automotive, Farming, Trading, Mining, Tourism, Consultant*, serta *Food and Beverage*. Peningkatan aktivitas dan jumlah brand yang dikelola mendorong kebutuhan akan sumber daya desain yang lebih besar agar proses produksi konten tetap berjalan optimal. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, SLG membuka kesempatan melalui program magang dengan posisi *Graphic Design Intern* sebagai dukungan tambahan bagi tim dalam menjalankan aktivitas desain dan pemasaran digital.

Penulis berhasil memperoleh posisi sebagai *Graphic Design Intern* dengan durasi magang selama empat bulan yang dilaksanakan secara langsung di kantor (*Work From Office/WFO*). Dalam posisi ini, penulis bertanggung jawab untuk memenuhi berbagai kebutuhan desain, baik untuk keperluan internal maupun eksternal perusahaan, yang sebagian besar berfokus pada *brand visual design*. Pada tahap awal pencarian tempat magang, penulis menghadapi kendala berupa minimnya pengalaman kerja sebelumnya sehingga menimbulkan kebingungan dalam menentukan pilihan perusahaan yang tepat. Namun, kondisi tersebut menjadi pengalaman berharga yang membantu penulis memahami proses pencarian dan pemilihan tempat kerja dalam lingkungan profesional. Untuk mengatasi hal tersebut, penulis kembali berfokus pada tujuan utama pelaksanaan magang, yaitu memperoleh pengalaman kerja secara langsung, memperluas wawasan dan keterampilan di bidang desain, serta *soft skills* seperti kerja sama tim, komunikasi, dan keterampilan interpersonal lainnya. Berdasarkan pertimbangan tersebut, penulis memutuskan untuk memprioritaskan perusahaan korporat sebagai tempat pelaksanaan magang. Keputusan ini diambil karena lingkungan perusahaan korporat dinilai mampu memberikan kesempatan yang lebih luas bagi penulis untuk mengenal budaya kerja profesional, memahami dinamika organisasi, serta beradaptasi dengan sistem kerja perkantoran secara lebih mendalam.

1.2 Tujuan Kerja

Dalam pelaksanaan *Career Acceleration Program Track 1* sebagai *Graphic Design Intern* di PT Synergy Lestari Group, penulis bertujuan untuk memenuhi

salah satu persyaratan kelulusan program Sarjana Desain di Universitas Multimedia Nusantara. Selain itu, program ini juga dimanfaatkan sebagai sarana untuk memperoleh pengalaman profesional secara langsung dalam lingkungan kerja. Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Memenuhi salah satu persyaratan kelulusan sarjana desain dari Universitas Multimedia Nusantara, yakni dengan melaksanakan *career acceleration program* selama 640 jam kerja.
2. Memperoleh pengalaman nyata menjalani profesi desainer grafis yang bekerja di dalam dunia kerja, secara khusus dalam sebuah perusahaan korporasi (*corporate*).
3. Meningkatkan kemampuan desain dalam aspek manajemen waktu, kualitas hasil kerja, variasi kebutuhan desain, kerapian pengerjaan, serta sikap profesional selama bekerja.
4. Memperdalam penguasaan berbagai *software* desain profesional, seperti Adobe Illustrator, Adobe Photoshop dan aplikasi pendukung lainnya, guna memperkuat *hard skill* di bidang desain. Serta mengembangkan kemampuan kolaborasi, komunikasi, serta penerapan etika kerja profesional sebagai bagian dari peningkatan *soft skill* di lingkungan kerja.
5. Menemukan dan mengembangkan *work flow* atau alur kerja yang paling sesuai agar proses pengerjaan brief dapat dilakukan secara lebih efisien, terstruktur, dan nyaman.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja

Selama menjalani program magang sebagai *Graphic Design Intern* di PT Synergy Lestari Group (SLG), penulis melewati serangkaian tahapan yang dimulai dari pencarian informasi lowongan kerja hingga pengiriman berkas lamaran kepada perusahaan. Setelah mengikuti proses seleksi yang telah ditetapkan, penulis akhirnya memperoleh kesempatan untuk bergabung dan menerima penawaran magang dari pihak perusahaan. Selain itu, terdapat beberapa ketentuan yang mengatur pelaksanaan kegiatan magang tersebut, yaitu sebagai berikut:

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja

Sesuai dengan ketentuan program magang yang berlaku di PT Synergy Lestari Group, penulis menjalani masa magang selama empat bulan untuk memenuhi total 640 jam kerja yang menjadi salah satu persyaratan akademik dari Universitas Multimedia Nusantara. Setelah melalui proses diskusi dengan pihak *Human Resource* (HR), penulis resmi memulai kegiatan magang pada 4 Februari 2025. Program magang dilaksanakan dengan sistem *Work From Office* (WFO) setiap hari Senin hingga Jumat di Ciputra Citra Towers Lantai 20, Kemayoran, Jakarta Pusat. Namun, pada hari Kamis penulis menjalankan sistem *Work From Anywhere* (WFA) karena masih mengikuti perkuliahan dan diwajibkan hadir di kampus. PT Synergy Lestari Group menerapkan jam kerja selama delapan jam per hari, dimulai pukul 08.30 WIB hingga 17.30 WIB. Masa pelaksanaan magang tersebut direncanakan berakhir pada 23 Juni 2026.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja

Proses magang diawali dengan kegiatan briefing yang diselenggarakan oleh Koordinator Magang Universitas Multimedia Nusantara pada 2 Februari 2026. Dalam kegiatan tersebut, mahasiswa memperoleh penjelasan mengenai prosedur dan persyaratan pendaftaran magang, termasuk kewajiban mengajukan maksimal sepuluh perusahaan yang membuka lowongan magang. Setelah melakukan pencarian dan pengumpulan informasi perusahaan, penulis mengajukan pilihan tempat magang kepada Koordinator Magang Universitas Multimedia Nusantara. Sambil menunggu proses persetujuan, penulis mempersiapkan berbagai dokumen pendukung, seperti *curriculum vitae* (CV) dan portofolio desain yang disesuaikan dengan bidang pekerjaan yang diminati. Setelah memperoleh persetujuan dari koordinator magang serta mengunduh *cover letter* melalui sistem yang telah disediakan, penulis mengajukan lamaran magang ke PT Synergy Lestari Group melalui platform Glints dengan melampirkan CV, portofolio, dan *cover letter* sebagai bagian dari tahapan (PRO-STEP 01).

Pada tahap berikutnya, pihak *Human Resource* (HR) PT Synergy Lestari Group menghubungi penulis melalui WhatsApp dan mengundang penulis untuk mengikuti sesi *HR Interview* yang dilaksanakan pada 29 Januari 2026. Selanjutnya, pada 30 Januari 2026, penulis kembali memperoleh undangan untuk mengikuti *User Interview* bersama *Head of Marketing* PT Synergy Lestari Group. Wawancara tersebut membahas latar belakang, pengalaman, serta pengetahuan penulis di bidang desain grafis. Pada 3 Februari 2026, penulis menerima pemberitahuan dari pihak HR bahwa penulis dinyatakan diterima sebagai peserta magang di PT Synergy Lestari Group. Setelah itu, penulis melengkapi berbagai dokumen administrasi perusahaan dan mengunggah *Acceptance Letter* ke dalam prostep.umn.ac.id sebagai bagian dari proses *Complete Registration*. Setelah seluruh tahapan selesai dilaksanakan, penulis resmi terdaftar sebagai peserta program magang dan memperoleh Kartu Magang pada tahapan (PRO-STEP 02).

Kegiatan magang secara resmi dimulai pada 4 Februari 2026. Penulis ditempatkan pada tim Digital Marketing dan dimasukkan ke dalam grup WhatsApp “Digital MarkeTeam SLG” yang berfungsi sebagai media komunikasi, koordinasi pekerjaan, serta pengiriman file selama masa magang. Melalui grup tersebut, penulis juga memperoleh akses ke *content plan* yang menjadi acuan dalam pelaksanaan tugas. Program magang berlangsung selama kurang lebih empat bulan, yaitu dari 4 Februari hingga 23 Juni 2026. Jam kerja yang diterapkan adalah delapan jam per hari di luar waktu istirahat makan siang, dimulai pukul 08.30 WIB dan berakhir pukul 17.30 WIB. Komunikasi kerja dilakukan secara langsung di lingkungan kantor yang menerapkan sistem kerja komunal, serta melalui grup WhatsApp untuk kebutuhan koordinasi daring. Penyampaian brief pekerjaan dapat dilakukan baik secara verbal maupun melalui pesan WhatsApp. Pada akhir setiap hari kerja, penulis diwajibkan mengisi laporan *daily task* yang kemudian dievaluasi dan approve oleh supervisor sebagai bentuk monitoring dan penilaian kinerja selama masa magang.