

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri kecantikan di Indonesia saat ini mengalami perkembangan yang pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap produk perawatan diri dan kecantikan. Berdasarkan data dari Kementerian Perindustrian Republik Indonesia (2023), sektor kosmetik tercatat mengalami pertumbuhan yang signifikan, yang didorong dengan peningkatan kesadaran konsumen akan perawatan diri serta munculnya berbagai merek lokal yang mampu bersaing dengan merek internasional. Perkembangan tersebut mendorong perusahaan ritel yang bergerak dalam bidang health and beauty untuk tidak hanya menyediakan produk yang beragam dan mudah dijangkau, namun juga menghadirkan aktivitas pemasaran yang mampu membangun kedekatan langsung dengan konsumen. Dalam kondisi persaingan yang semakin kompetitif, pengalaman konsumen menjadi salah satu aspek penting yang dapat membedakan suatu perusahaan dengan kompetitornya.



Gambar 1.1 Suasana Toko DAN+DAN

Sumber: Data Internet (2026)

Salah satu bentuk aktivitas pemasaran yang dapat menciptakan pengalaman langsung bagi konsumen adalah melalui *event marketing*. *Event marketing* merupakan sebuah kegiatan pemasaran yang dilakukan melalui penyelenggaraan acara atau kegiatan tertentu dengan tujuan membangun

interaksi antara perusahaan, *brand*, dan konsumen. Melalui adanya kegiatan event ini, konsumen tidak hanya memperoleh informasi mengenai produk, tetapi juga dapat merasakan pengalaman secara langsung dan nyata melalui adanya edukasi, konsultasi, promosi, maupun aktivitas komunitas.

Dalam pelaksanaannya, event marketing tidak hanya berfokus pada saat acara berlangsung, namun juga membutuhkan proses manajemen yang terstruktur. Menurut Goldblatt, pengelolaan event mencakup beberapa tahapan yakni, *research, design, planning, coordination*, dan *evaluation*. Tahapan tersebut menunjukkan bahwa *event* perlu dikelola sejak proses awal identifikasi kebutuhan, perancangan konsep, penyusunan rencana, koordinasi pelaksanaan, hingga evaluasi setelah kegiatan berlangsung. Oleh karena itu, *event marketing management* menjadi penting agar kegiatan yang diselenggarakan dapat berjalan efektif, sesuai dengan tujuan perusahaan, serta mampu memberikan pengalaman positif bagi konsumen.

PT Sumber Indah Lestari melalui brand DAN+DAN merupakan perusahaan ritel health and beauty yang tidak hanya berfokus pada penjualan produk, tetapi juga menghadirkan berbagai kegiatan yang melibatkan konsumen secara langsung. Berdasarkan website resmi DAN+DAN, terdapat beberapa kegiatan yang dilakukan antara lain *beauty class, skin check, personal color analysis, bazaar, campaign event, poundfit*, hingga *grand opening store* baru.. Kegiatan-kegiatan tersebut menjadi bentuk *event marketing* yang bertujuan untuk memperkenalkan produk, meningkatkan interaksi dengan konsumen, serta memperkuat pengalaman konsumen terhadap *brand* DAN+DAN.

Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik untuk memilih PT Sumber Indah Lestari sebagai tempat pelaksanaan kerja magang dibandingkan perusahaan lainnya. DAN+DAN dinilai memiliki aktivitas event marketing yang aktif dan beragam, sehingga memberikan kesempatan bagi penulis untuk memahami secara langsung proses pengelolaan *event* dalam industri retail health and beauty. Melalui berbagai kegiatan, penulis dapat mempelajari bagaimana perusahaan merancang, mengoordinasikan, melaksanakan, serta mengevaluasi

kegiatan event sebagai bagian dari upaya membangun interaksi dan pengalaman konsumen.

Dengan demikian, penulis memilih untuk melaksanakan kegiatan magang pada divisi marketing, khususnya pada *event marketing management* di PT Sumber Indah Lestari. Melalui kegiatan praktik kerja magang ini, penulis ingin dapat memahami secara langsung bagaimana pengelolaan event marketing diimplementasikan secara padu, serta bagaimana sebuah perusahaan ritel mampu mempertahankan relevansinya di tengah persaingan industri yang semakin ketat.

1.2.Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Berdasarkan latar belakang, penulis membagi tujuan kerja menjadi beberapa hal yaitu:

1. Memahami proses *event marketing management* di PT Sumber Indah Lestari, serta mempelajari tahapan pengelolaan *event* mulai dari *pre-event*, pelaksanaan *event*, hingga *post-event*.
2. Mengembangkan kemampuan koordinasi dan komunikasi kerja dengan pihak internal maupun eksternal, seperti tim *Marketing*, vendor, komunitas, tim toko, dan lainnya, dalam mendukung kelancaran pelaksanaan event.
3. Mengaplikasikan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan ke dalam praktik kerja nyata, khususnya dalam mendukung aktivitas *event marketing* yang berhubungan dengan perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi kegiatan.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melaksanakan kegiatan kerja magang di Head Office PT Sumber Indah Lestari (Dan+Dan) yang berlokasi di Alfa Tower Alam Sutera, Jl. Jalur Sutera Barat No. Kav. 7-9, RT.003/RW.006, Panunggangan Timur, Kecamatan Pinang, Kota Tangerang, Banten 15143

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang di PT Sumber Indah Lestari dilakukan berdasarkan kontrak yang telah ditetapkan oleh perusahaan, yaitu selama enam bulan. Periode magang dimulai pada tanggal 26 Januari hingga 31 Juli 2026, dengan sistem kerja secara langsung atau *Work From Office* (WFO).

Meskipun durasi kontrak magang berlangsung hingga 31 Juli 2026, pemenuhan hari kerja magang yang dijalani penulis telah tercapai sebelum periode tersebut berakhir. Secara keseluruhan, penulis telah melaksanakan kegiatan magang selama kurang lebih 130 hari kerja, sehingga telah memenuhi ketentuan pelaksanaan magang yang ditetapkan oleh Universitas Multimedia Nusantara.

Jadwal pelaksanaan kerja magang yang telah ditetapkan oleh perusahaan adalah sebagai berikut

Tabel 1.1 Waktu Kerja Magang

Nama Perusahaan	PT Sumber Indah Lestari
Waktu Pelaksanaan	26 Januari – 31 Juli 2026
Waktu Kerja	Senin – Kamis, 08.00 - 17.00
	Jumat, 08.00 – 17.30

Sumber: Hasil Olahan Penulis (2026)

Hari dan jam kerja selama pelaksanaan kerja magang disesuaikan dengan ketentuan jam operasional seluruh karyawan PT Sumber Indah Lestari.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.2.1 Proses Administrasi Kampus (UMN)

1. Menghadiri briefing magang wajib melalui siaran langsung Youtube FIKOM UMN.
2. Mengambil KRS (Kartu Rencana Studi) Career Acceleration Program Track 1 pada laman my.umn.ac.id dengan syarat telah lulus mata kuliah minimal 90 sks, memiliki IPK minimal 2,50 dan tidak memiliki nilai D, E, atau F.
3. Mengajukan formulir KM-01 yang berisi informasi nama perusahaan yang ingin dituju, serta job descriptionnya. Pengajuan KM-01 dilakukan secara daring menggunakan Forms Office yang disediakan oleh FIKOM UMN untuk mendapatkan persetujuan permohonan pelaksanaan kerja magang di PT Sumber Indah Lestari berupa KM-02.
4. Mendapatkan KM-02 sebagai surat rekomendasi magang ke perusahaan PT Sumber Indah Lestari dengan nomor surat 108/S.Peng/Intern-SC/I/2026.
5. Melakukan registrasi pada situs Prostep UMN (prostep.umn.ac.id) dengan melengkapi data pribadi, data supervisor, hingga data perusahaan yang kemudian akan mendapatkan dosen pembimbing magang.

1.3.2.2 Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

1. Pendaftaran magang dilakukan dengan mengirimkan CV dan Portofolio kepada pihak Human Capital PT Sumber Indah Lestari, melalui Email.
2. Melaksanakan interview HR secara online melalui WhatsApp *Call*.
3. Menerima informasi mengenai penerimaan kerja magang melalui aplikasi WhatsApp.

4. Mendapatkan *email* penerimaan kerja magang dan informasi hari pertama magang.
5. Memulai hari pertama pada tanggal 26 Januari 2026 dan melakukan tanda tangan kontrak magang.

1.3.2.3 Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

1. Program kerja magang dilaksanakan dengan posisi sebagai mahasiswa magang divisi Marketing.
2. Pelaksanaan kerja magang dilakukan di bawah bimbingan langsung oleh Manager Divisi *Marketing*.
3. Mengisi *daily task* pada *website* prostep.umn.ac.id yang telah disetujui oleh *user*, serta mengisi *logbook* yang diberikan oleh PT SIL.

1.3.2.4 Proses Pembuatan Laporan Praktek Kerja Magang

1. Penyusunan laporan kerja magang dilakukan di bawah bimbingan Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si. selaku dosen pembimbing magang.
2. Laporan kerja magang diajukan untuk memperoleh persetujuan dari Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi sebelum memasuki tahapan sidang.