

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital saat ini, persaingan global semakin ketat dan membentuk sebuah lingkungan bisnis yang penuh tekanan. Kondisi ini menuntut perusahaan untuk terus update, meningkatkan efisiensinya, serta mengembangkan strategi yang lebih inovatif agar mampu bertahan dari daya saing pasar. Apabila gagal menyesuaikan diri dengan perubahan tersebut, perusahaan berpotensi mengalami penurunan performa, kehilangan eksistensi di pasar, bahkan terancam berhenti beroperasi (Nazeline, 2024, h. 86). Karena hal itu dibutuhkan media pemasaran yang efektif, salah satunya media promosi melalui media sosial.

Media promosi memiliki peranan penting dalam menyampaikan informasi serta meningkatkan kesadaran konsumen terhadap perusahaan dan produk yang ditawarkan, sehingga mendorong minat mereka untuk membeli hingga menjadi pelanggan loyal dari brand tersebut (Tjiptono, 2014, h. 2, dikutip dari Julita, 2022, h. 341). Kegiatan promosi dilakukan agar produk yang ditawarkan semakin dikenal oleh masyarakat luas. Seiring meningkatnya sebuah brand, brand dapat dikenal luas, potensi penjualan pun akan ikut bertambah. Aspek terpenting dari promosi adalah penyusunan pesan yang persuasif dan mampu menarik perhatian konsumen. Dimana pesan yang efektif dapat menyampaikan tujuan promosi secara jelas serta mudah dipahami oleh audiens (Dinda, 2019, h. 72).

Media sosial sebagai sarana utama dalam strategi promosi dinilai efektif dalam menjangkau audiens secara luas serta meningkatkan engagement dan awareness konsumen (Immanuel, 2025, h. 98–99). Oleh karena itu, konten yang disajikan di media sosial harus mampu menarik perhatian konsumen agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik. Konten yang menarik tidak hanya berfokus pada aspek visual, tetapi juga mampu menyampaikan pesan secara kreatif dan relevan dengan kebutuhan audiens. Untuk mencapai hal tersebut, diperlukan

riset yang mendalam mengenai target audiens, tren industri, dan perilaku *user* media sosial agar konten yang dihasilkan tepat sasaran (Harianto, 2024 h. 308-309).

Pembuatan konten media sosial tidak lepas dari peran desainer. Saat ini, keberadaan desainer semakin dibutuhkan dalam dunia bisnis dan industri karena memiliki peran penting dalam mendukung kegiatan pemasaran dan periklanan, serta menciptakan identitas visual bagi sebuah brand agar lebih mudah dikenali (Lisa, 2018, h. 77). Oleh karena itu, pada program magang kali ini, penulis melaksanakan program magang di perusahaan Sleep Easy sebagai digital marketing desainer. Sleep Easy merupakan perusahaan yang memproduksi *it em* yang memudahkan orang untuk tidur nyenyak dan mengatasi insomnia. Beberapa produk yang diproduksi adalah, 3 jenis Sleep Patch, yaitu *Active Guard* (lebih tahan lama), *Breeze Comfort* (nyaman dikulit, seperti koyo pada umumnya), dan *Soft Foam* (lebih besar dan empuk). Selain *patch*, terdapat produk lainnya seperti *Restology* (*Sleep Spray*), *Serene Eye Mask* (penutup mata), *Moldable Earplug* (penutup kuping), dan yang paling terbaru *Zero Gravity Pillow* (bantal tidur). Sleep Easy memanfaatkan konten media sosial untuk meningkatkan *engagement* audiens terhadap produknya. Selain berfokus pada penjualan, Sleep Easy juga mengangkat isu seputar pola tidur, seperti tips agar cepat tidur, dampak kurang tidur, dan topik relevan lainnya, sehingga konten yang diberikan tetap relevan dengan audiens.

Salah satu alasan saya berminat untuk magang di perusahaan Sleep Easy adalah untuk memahami peran desainer dalam bidang marketing. Disini penulis belajar dalam membuat sebuah konten yang dapat *mengengage* orang untuk membeli sebuah produk. Produk yang dijual juga memiliki manfaat karena membantu mengatasi orang-orang yang mengalami insomnia. Semoga pengalaman magang ini tidak hanya untuk mengembangkan skill penulis, tetapi juga dapat membantu orang untuk lebih menjaga pola tidur yang teratur.

1.2 Tujuan Kerja

Tujuan utama magang ini adalah untuk mengimplementasikan ilmu perkuliahan kedalam dunia kerja sekaligus memperoleh pemahaman tambahan di luar lingkungan kuliah. Berikut tujuan yang ingin dicapai penulis:

1. Mendapatkan pengalaman bekerja di dunia profesional
2. Memenuhi syarat untuk meraih gelar sarjana desain (S.Ds.) di Universitas Multimedia Nusantara.
3. Mengasah *hard skill* dan *soft skill* penulis dalam membuat desain visual secara profesional

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja

Di program magang ini, penulis melakukan program magang di perusahaan Sleep Easy sebagai seorang desainer visual marketing untuk produk Restology, Sleep Patch, Serene Eye Mask, dan Moldable Earplug. Perusahaan ini berlokasi di daerah Gading serpong lebih tepatnya dideretan Ruko Bolsena jalan Paramount. Penulis melaksanakan magang sejak tanggal 04 Februari hingga 29 Juni secara WFO (Work From Office) dari hari senin hingga jumat. Pelaksanaan magang ini juga sebagai syarat kelulusan dari program *Career Acceleration Program Track*, dimana syaratnya adalah dengan melakukan magang selama 640 jam, mengerjakan laporan magang selama 207 jam, dan melakukan bimbingan magang sebanyak 8 kali yang nantinya akan di input kedalam *daily task* di *website PRO-STEP (Professional Skill Enhancement Program)*.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja

Periode magang dilakukan selama 5 bulan dari tanggal 04 Februari hingga 29 Juni. Penulis melaksanakan kerja dari jam 08:00 pagi hingga jam 17:00 di sore hore dengan dipotong istirahat 1 jam di jam 11:00 hingga 12:00 siang. Penulis bekerja dengan datang langsung ke kantor dari hari senin, selasa, rabu, kamis, dan jumat. Di hari liburnya, yaitu di hari sabtu dan minggu, penulis meluangkan waktu untuk mengisi *daily task* yang berisi rangkuman aktivitas selama bekerja, yang nantinya akan diserahkan kepada

Supervisor. Selain itu, penulis juga menyicil laporan magang setelah jam kerja maupun saat hari libur. Laporan tersebut kemudian dicatat dalam *daily task* dan akan diperiksa oleh Advisor. Setelah menginput kedua *daily* tersebut ke dalam *website PRO-STEP*, penulis tinggal menunggu Advisor dan Supervisor untuk menyetujui *daily task* yang telah di kerjakan. Dimana, total keseluruhan, sebanyak 640 jam dengan Supervisor dan 207 jam dengan Advisor.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja

Pada tanggal 2 Februari 2026, penulis mengikuti *briefing Career Acceleration Program Track 1* secara offline. Dalam *briefing* tersebut, penulis mendapatkan informasi mengenai program magang, *timeline* magang, prosedur hingga peraturan magang. Sebelum melaksanakan magang, penulis juga harus memasukkan beberapa lowongan magang di *website PROSTEP*, yang nantinya akan diberikan *cover letter* dari UMN untuk mendaftar ke perusahaan. Sebagai mahasiswa magang, penulis juga mempersiapkan *Curriculum Vitae (CV)* dan portofolio desain yang akan digunakan sebagai standar kemampuan penulis sebagai desainer di perusahaan. Awalnya sebelum mendaftar di perusahaan Sleep Easy, penulis telah melamar ke berbagai perusahaan yang membuka posisi seperti 2D Game Illustrator, Pixel Artist, 3D Artist, dan lain-lainnya. Informasi tentang lowongan tersebut penulis dapatkan dari media sosial @primbon.Game, dimana Primbon Game sering sekali membuka lowongan magang sebagai game desainer. Namun, dari banyaknya surat lamaran yang telah dikirimkan, tidak ada satu pun yang memberikan tanggapan positif.

Penulis kemudian mencoba mencari tempat magang yang berpusat di media sosial desain. Dimana dari beberapa lamaran yang diajukan, penulis mengajukan surat ke perusahaan Sleep Easy pada tanggal 30 Januari. Pada tanggal 2 Februari, penulis akhirnya mendapatkan surat interview dari perusahaan Sleep Easy. Di hari yang sama juga, penulis diterima sebagai mahasiswa magang di perusahaan Sleep Easy. Penulis memperoleh informasi

mengenai lowongan magang Sleep Easy melalui media sosial @jobs.cdcumn, yang merupakan akun resmi UMN untuk menyediakan informasi lowongan magang pada mahasiswa. Penulis resmi melaksanakan magang dan datang secara langsung ke kantor Sleep Easy di tanggal 4 Februari 2026.

Kantor Sleep Easy berada di Gading serpong, Ruko Bolsena. Jl. Paramount Blvd Blok E No.6. Curug Sangereng. Penulis juga harus membawa KTP, KTM, dan cover letter yang diberikan oleh UMN untuk mendapatkan *letter of acceptance* magang di Sleep Easy. Diawal masuk magang, penulis ditempatkan diposisi digital marketing untuk mengerjakan desain sosial media Sleep Easy. Penulis juga diberikan briefing tugas oleh Supervisor, apa saja yang akan dilakukan kedepannya, dari mempromosikan produk Sleep Easy, menjawab komentar yang ada di akun sosial media Sleep Easy, mengikuti template perusahaan, menyusun planing postingan sesuai schedule, dan tugas lainnya. Selain itu, penulis juga di ajak berkeliling diruang lingkup kantor, dari letak penulis bekerja dan fasilitas yang diberikan.

Setiap hari penulis menerima briefing dari Supervisor terkait konten yang akan dibuat, terkadang penulis membuat perancangan konsep desain media sosial tanpa bimbingan dari Supervisor. Setelah perancangan selesai, penulis mengkonsultasikan desain yang dibuat kepada Supervisor. Jika telah disetujui, penulis kemudian untuk mengunggah desain tersebut ke media sosial resmi Sleep Easy.