

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di tengah persaingan industri *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG) yang semakin ketat, peran industri kreatif menjadi penting dalam membantu perusahaan menyampaikan pesan *brand* secara efektif kepada konsumen. Perusahaan FMCG merupakan perusahaan yang memproduksi dan menjual kebutuhan sehari-hari dengan tingkat perputaran produk yang cepat serta harga yang relatif terjangkau, sehingga membutuhkan strategi pemasaran yang efektif untuk menarik perhatian konsumen dalam waktu singkat. Dalam industri ini, desain komunikasi visual tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika, tetapi juga sebagai media strategis untuk menyampaikan pesan merek kepada konsumen secara efektif (Rustan, 2022). Hal ini mendorong perusahaan untuk terus berinovasi dalam menciptakan komunikasi visual yang relevan, konsisten, dan mampu mengikuti perkembangan tren pasar yang ada. Oleh karena itu, visual yang menarik, komunikatif, dan sesuai dengan target pasar menjadi faktor penting dalam memenangkan persaingan di pasar.

Seiring dengan perkembangan teknologi dan media digital, kebutuhan akan konten visual yang relevan dan adaptif terhadap tren semakin meningkat. Konsumen saat ini cenderung lebih responsif terhadap konten visual yang interaktif, informatif, dan memiliki nilai estetika tinggi. Hal ini mendorong perusahaan untuk terus berinovasi dalam menciptakan komunikasi secara visual yang konsisten, kreatif, dan mampu membangun *brand awareness* serta *brand engagement* secara berkelanjutan (Kotler & Keller, 2022). Dengan demikian, dibutuhkan sumber daya manusia yang tidak hanya memahami teori, tetapi juga memiliki pengalaman langsung dalam menghadapi kebutuhan dan tantangan di industri kreatif. Seorang desainer juga perlu mampu mengikuti perkembangan tren yang terus berubah dan memahami kebutuhan audiens yang menjadi target suatu *brand*.

PT Unilever Indonesia Tbk merupakan salah satu perusahaan multinasional yang bergerak di bidang FMCG dan memiliki berbagai divisi produk, salah satunya adalah Beauty & Wellbeing. Produk dalam divisi ini memiliki karakteristik yang sangat kompetitif karena berkaitan dengan gaya hidup, tren kecantikan, serta kebutuhan personal konsumen. Untuk mendukung strategi pemasaran dan komunikasi visual produknya, Unilever bekerja sama dengan OLIVER Agency dengan membentuk *in-house agency* yang dikenal sebagai Unilever Studio. Keberadaan *in-house agency* ini memungkinkan proses kreatif yang lebih terintegrasi, efisien, serta mampu menjaga konsistensi identitas merek di berbagai kanal komunikasi pemasaran (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2022). Selain itu, sistem kerja ini juga memungkinkan kolaborasi yang lebih cepat antara tim kreatif dan Brand Team dalam merespons kebutuhan pasar.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis memilih OLIVER Agency, Unilever Studio sebagai tempat pelaksanaan magang dalam program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) pada posisi Graphic Design Intern di divisi Beauty & Wellbeing. Program MBKM bertujuan untuk memberikan kesempatan kepada mahasiswa agar dapat memperoleh pengalaman kerja nyata yang relevan dengan bidang keilmuan yang ditempuh (Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, 2021). Pemilihan ini didasari oleh keinginan penulis untuk memperdalam pemahaman mengenai penerapan desain komunikasi visual pada *brand* FMCG, khususnya produk kecantikan dan perawatan diri yang memiliki dinamika tren yang cepat. Selain itu, penulis juga berkesempatan untuk terlibat dalam pengembangan media promosi untuk berbagai *brand* di bawah naungan Unilever, sehingga dapat memperkaya pengalaman serta portofolio desain. Melalui kegiatan magang ini, penulis diharapkan mampu mengembangkan keterampilan desain secara profesional, memahami proses kerja kreatif dalam sebuah *in-house agency*, serta meningkatkan kemampuan *soft skills* yang dibutuhkan untuk menghadapi dunia kerja. Pengalaman ini diharapkan dapat menjadi bekal bagi penulis dalam menghadapi dunia profesional setelah menyelesaikan studi, serta mampu berkontribusi secara optimal di industri kreatif di masa mendatang.

1.2 Tujuan Kerja

Pelaksanaan kegiatan magang ini merupakan bagian dari *Career Acceleration Program* melalui skema Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) yang bertujuan untuk memberikan pengalaman kerja nyata kepada mahasiswa sebelum memasuki dunia profesional. Melalui program ini, penulis melaksanakan magang di OLIVER Agency, Unilever Studio, sebagai Graphic Design Intern pada divisi Beauty & Wellbeing. Adapun tujuan penulis dalam melaksanakan kegiatan magang ini adalah sebagai berikut:

1. Memenuhi salah satu persyaratan akademik dalam rangka penyelesaian studi dan untuk memperoleh gelar Sarjana Desain (S.Ds.) di Universitas Multimedia Nusantara.
2. Mengembangkan kemampuan *hard skills* di bidang desain, khususnya dalam pembuatan materi visual untuk *brand* Beauty & Wellbeing.
3. Meningkatkan kemampuan *soft skills*, seperti manajemen waktu, komunikasi profesional, tanggung jawab, serta kemampuan bekerja dalam tim.
4. Mengaplikasikan teori dan pengetahuan desain yang telah diperoleh selama perkuliahan ke dalam praktik kerja di lingkungan industri.
5. Memperoleh pemahaman mengenai alur kerja kreatif dan standar profesional dalam sebuah *in-house agency* berskala global.
6. Menambah pengalaman serta memperkaya portofolio desain sebagai bekal untuk memasuki dunia kerja setelah lulus.

Dengan adanya tujuan-tujuan tersebut, kegiatan magang ini diharapkan dapat menjadi sarana pembelajaran yang komprehensif bagi penulis dalam menghadapi dunia kerja yang sesungguhnya. Melalui keterlibatan langsung dalam proses kerja di OLIVER Agency, Unilever Studio, penulis dapat memahami tuntutan profesional, dinamika kerja dalam tim, serta standar kualitas desain yang diterapkan dalam industri FMCG. Selain itu, pengalaman magang ini diharapkan mampu memberikan bekal yang berkelanjutan bagi penulis, baik dari segi kompetensi teknis maupun pengembangan sikap profesional, sebagai persiapan untuk memasuki dunia kerja setelah menyelesaikan pendidikan.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja

Pelaksanaan kegiatan magang ini dilakukan dengan mengacu pada ketentuan program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) Universitas Multimedia Nusantara serta kebijakan yang berlaku di OLIVER Agency, Unilever Studio. Kegiatan magang mencakup pengaturan waktu kerja dan prosedur pelaksanaan kerja yang harus dipatuhi sejak tahap pengajuan magang hingga berakhirnya masa kerja. Dengan adanya ketentuan waktu dan prosedur yang jelas, pelaksanaan magang diharapkan dapat berjalan secara profesional dan sesuai dengan tujuan pembelajaran yang telah ditetapkan.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja

Pelaksanaan kegiatan magang di OLIVER Agency, Unilever Studio berlangsung selama enam bulan, yaitu sejak 2 Februari 2026 sampai dengan 2 Agustus 2026. Kegiatan magang dilaksanakan pada hari kerja dengan jam operasional mulai pukul 09.00 WIB hingga 18.00 WIB, termasuk waktu istirahat selama satu jam pada pukul 12.00 WIB sampai dengan 13.00 WIB. Sistem kerja yang diterapkan bersifat *hybrid*, dengan ketentuan bekerja secara *work from home* (WFH) pada hari Senin dan Jumat, serta *work from office* (WFO) pada hari Selasa hingga Kamis yang berlokasi di GRHA Unilever, BSD Green Office Park.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja

Prosedur pelaksanaan magang diawali dengan persiapan dokumen pendukung berupa *Curriculum Vitae* (CV) dan portofolio yang memuat kumpulan karya desain. Penyusunan CV dan portofolio dilakukan dengan menyesuaikan posisi yang dilamar, yaitu Graphic Design Intern, sehingga dapat merepresentasikan kemampuan dan minat penulis di bidang desain komunikasi visual. Tahap persiapan ini bertujuan untuk memastikan kelengkapan administrasi sebelum memasuki proses pendaftaran magang.

Setelah dokumen pendukung disiapkan, penulis melakukan registrasi pada *website* PROSTEP UMN dengan mengisi data beberapa

perusahaan tujuan untuk memperoleh surat pengantar atau *cover letter*. Selanjutnya, penulis mengajukan lamaran ke beberapa perusahaan yang telah disetujui pada tahap registrasi sebelumnya melalui *website* tersebut. Dari beberapa perusahaan yang dilamar, penulis menetapkan OLIVER Agency, Unilever Studio sebagai tempat pelaksanaan magang dengan mengirimkan CV, portofolio, dan transkrip nilai terakhir melalui email kepada Art Director OLIVER Agency, Unilever Studio pada Senin, 12 Januari 2026.

Setelah menerima balasan dari pihak perusahaan, penulis mengikuti proses wawancara yang dilaksanakan secara daring pada Selasa, 20 Januari 2026. Proses wawancara tersebut bertujuan untuk menilai kemampuan, pengalaman, serta kesiapan penulis dalam menjalani kegiatan magang. Berdasarkan hasil wawancara, penulis dinyatakan diterima secara lisan pada Rabu, 21 Januari 2026 dan dapat dijadwalkan untuk mulai melaksanakan kegiatan magang pada Senin, 2 Februari 2026.

Setelah dinyatakan diterima, penulis melengkapi tahapan *complete registration* pada *website* PROSTEP UMN dengan mengisi bagian *my personal information*, *company information*, dan *activity information*. Selama periode magang berlangsung, penulis menjalankan kegiatan kerja sehari-hari sebagai Graphic Design Intern di OLIVER Agency, Unilever Studio sesuai dengan arahan dan tanggung jawab yang diberikan. Untuk memenuhi ketentuan program magang, penulis diwajibkan mengisi laporan kegiatan harian (*daily task*), memperoleh persetujuan dari Supervisor, serta menyelesaikan total 640 jam kerja selama masa magang.

Dengan adanya ketentuan waktu pelaksanaan dan prosedur kerja yang terstruktur, kegiatan magang ini dapat berjalan dengan efektif dan profesional. Penetapan jadwal *hybrid* hingga mekanisme pelaporan harian memberikan kerangka kerja yang jelas untuk mengembangkan kemampuan di bidang desain. Melalui pelaksanaan ini, penulis tidak hanya memperoleh pengalaman kerja yang nyata, tetapi juga dapat mengaplikasikan pengetahuan akademik secara langsung.