

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era digital yang terus berkembang dengan pesat, peran media sosial bisa terbilang menjadi salah satu faktor utama yang penting dalam membangun dan membentuk sebuah brand, menjangkau audiens, membentuk citra, serta meningkatkan nilai strategis suatu brand ataupun perusahaan. Perusahaan - perusahaan modern kini tidak hanya dituntut untuk memiliki produk atau jasa yang baik, tetapi juga harus mampu membangun citra dan kehadiran digital yang menarik. Perkembangan teknologi yang diakui cukup pesat ini menemukan sebuah platform yang dapat memungkinkan setiap orang di dunia dapat terhubung dari satu dengan yang lain. Pada saat ini, Facebook, X, Instagram dan TikTok merupakan media sosial yang sangat cepat perkembangannya. Keempat media sosial tersebut tidak hanya menjadi wadah untuk berbagi informasi, namun juga bisa dijadikan wadah untuk mempromosikan produk dan menjadi salah satu strategi marketing dalam meningkatkan penjualan (Arifah.F.N, 2015). Di sinilah peran seorang *Social Media Specialist* menjadi penting, mereka bertugas mengelola narasi digital sebuah brand, menyusun strategi komunikasi, serta merancang konten yang mampu menarik perhatian dan menciptakan keterlibatan (engagement) dengan audiens.

Profesi ini bertanggung jawab penuh atas pengelolaan seluruh akun media sosial milik perusahaan. Tanpa kehadiran *Social Media Specialist*, proses branding bisa jadi tidak tertangani dengan baik. Bahkan, pekerjaan ini kini makin diminati oleh anak muda karena erat kaitannya dengan dunia digital.

Maka dari itu, dibutuhkan kemampuan untuk mengelola media sosial secara tepat, kreatif, dan adaptif menjadi skills yang dibutuhkan, terutama di bidang Manajemen dan Manajemen Pemasaran. Seseorang yang memiliki tugas ini harus berfokus pada pembuatan konten digital yang menarik dan kreatif untuk berbagai platform sosial media perusahaan. Setelah itu, mereka akan melaporkannya ke

Team Creative dan bekerja sama dengan Team Marketing untuk menghasilkan strategi marketing yang dapat meningkatkan customer engagement dan brand awareness. *Social Media Specialist* membantu memperkuat kehadiran online perusahaan. Dengan tujuan yang jelas seperti meningkatkan website traffic atau meningkatkan brand awareness.

Kegiatan belajar mengajar yang telah dilakukan di kampus ternyata belum cukup menjadi bekal untuk nantinya digunakan pada saat memasuki ke dalam dunia kerja yang sesungguhnya, karenanya dibutuhkan sebuah kegiatan yang mana dapat menempatkan Mahasiswa berada di dalam situasi dan lingkup dunia kerja yang sesungguhnya (Pascaramadhanu, 2016)

Di Universitas Pembangunan Jaya, khususnya pada Jurusan Manajemen telah memiliki program yang mana menjadi sebuah mata kuliah wajib yang bernama Kerja Profesi. Kerja Profesi merupakan salah satu bentuk pendidikan dimana memberikan pengalaman belajar yang berbeda kepada mahasiswa di tengah masyarakat yang memiliki tujuan yang sama. Kerja Profesi juga membantu para mahasiswa untuk belajar lebih disiplin dan juga mengimpletasikan pembelajaran yang sudah diberikan oleh pihak kampus sampai dengan KP berlangsung.

Kerja Profesi adalah langkah awal bagi mahasiswa untuk mulai mengenal dan merasakan langsung dunia kerja yang sejalan dengan jurusan yang telah mereka tempuh selama masa kuliah. Dalam pelaksanaan Kerja Profesi ini, mahasiswa diharapkan mampu mengaplikasikan pengetahuan yang telah dipelajari di bangku kuliah, sekaligus memperluas wawasan dan mendapatkan pengalaman nyata dari perusahaan tempat mereka menjalani program ini. Waktu yang diberikan selama Kerja Profesi sebaiknya dimanfaatkan sebaik mungkin untuk belajar langsung di lapangan.

Universitas Pembangunan Jaya memberikan peluang kepada mahasiswa untuk menjalani program Kerja Profesi. Program ini berlangsung selama tiga bulan, atau setara dengan 480 jam kerja. Dalam pelaksanaannya, mahasiswa diberi kebebasan untuk memilih lokasi Kerja Profesi mereka sendiri, asalkan posisi atau

jobdesk yang tersedia relevan dengan program studi yang sedang mereka tempuh. Untuk itu, praktikan memilih *PT. Kaya Kreasi Nusantara* untuk melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) dalam menjalankan perannya sebagai *Social Media Specialist*.

PT Kaya Kreasi Nusantara merupakan perusahaan yang bergerak di industri kreatif, khususnya di bidang pengembangan strategi komunikasi dan media digital. Perusahaan ini menaungi beberapa unit usaha kreatif yang memiliki pendekatan dan segmentasi berbeda, antara lain *Masa Remaja* (media digital berbasis komunitas anak muda dan pop culture), *KOL Network Society* (jaringan kolaborasi brand dengan Key Opinion Leader atau influencer), serta *Toko Kopi Manusia*, sebuah brand kedai kopi yang menjadikan nilai-nilai kemanusiaan, percakapan, dan suasana sebagai daya tarik utamanya.

Selama masa kerja praktik, praktikan ditempatkan dalam unit usaha *Toko Kopi Manusia*, dan menjalankan peran sebagai *Social Media Specialist*. Dalam peran ini, praktikan bertanggung jawab atas pengelolaan konten, komunikasi brand, serta perencanaan strategi sosial media yang relevan dan sesuai dengan karakter brand. Tugas ini tidak hanya menuntut kemampuan teknis, namun juga pemahaman mendalam terhadap narasi brand, segmentasi audiens, dan dinamika komunikasi digital. Selain menjadi *Social Media Specialist*, praktikan juga bertugas sebagai tim produksi untuk pembuatan konten untuk Instagram seperti mengambil gambar baik itu foto atau video produk, dan juga melakukan pembuatan brief script untuk konten tersebut yang akan dieksekusi.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi

1.2.1 Maksud Kerja Profesi

Pelaksanaan Kerja Profesi ini bertujuan untuk memberikan pengalaman langsung bagi praktikan agar dapat memahami lebih dalam mengenai dunia kerja yang relevan dengan bidang studi. Beberapa poin tujuan dari pelaksanaan kerja profesi ini antara lain:

1. Memberikan pemahaman praktis mengenai peran dan tanggung jawab seorang Social Media Specialist dalam lingkup industry F&B.
2. Mengasah kemampuan dalam merancang dan memproduksi konten yang efektif untuk menunjang aktivitas pemasaran dan meningkatkan daya tarik konsumen.
3. Menyadari besarnya peran media sosial sebagai salah satu alat promosi strategis yang berdampak signifikan terhadap pertumbuhan bisnis.
4. Menjelajahi alur kerja dan strategi yang diterapkan oleh seorang Social Media Specialist dalam menjalankan tugas hariannya.

1.2.2 Tujuan Kerja Profesi

Selain itu, terdapat sejumlah tujuan yang ingin dicapai oleh praktikan selama mengikuti program Kerja Profesi. Tujuan-tujuan tersebut mencakup:

1. Mengembangkan keterampilan dalam memproduksi foto dan video yang mampu dikemas menjadi konten bernilai serta menarik untuk platform media sosial.
2. Memperdalam pemahaman mengenai prinsip dan aturan yang perlu diperhatikan oleh seorang Social Media Specialist dalam mengelola akun media sosial secara profesional.
3. Mempelajari strategi dalam menciptakan konten yang tidak hanya informatif, tetapi juga memiliki potensi nilai jual dan daya tarik komersial.
4. Memperoleh pengalaman baru bekerja sebagai tim yang belum pernah praktikan dapatkan semasa masa perkuliahan.

1.3 Kegunaan atau Manfaat Kerja Profesi

Kegiatan kerja profesi memberikan dampak positif tidak hanya bagi mahasiswa, tetapi juga bagi Universitas Pembangunan Jaya (UPJ) serta instansi atau perusahaan yang terlibat. Rincian manfaat tersebut adalah sebagai berikut:

Bagi Universitas Pembangunan Jaya:

- a. Mendapatkan masukan/umpan balik dalam penyempurnaan kurikulum prodi manajemen sesuai dengan tuntutan industri dan masyarakat, serta pembangunan pada umumnya.
- b. Membina dan memperluas jaringan kerja sama antara prodi manajemen maupun UPJ dengan instansi/perusahaan terkait.
- c. Memberikan masukan dalam mewujudkan konsep link and match dunia pendidikan dan industri serta meningkatkan kualitas layanan pada *stakeholders*.

Bagi Mahasiswa:

- a. Mendapatkan pengalaman kerja yang relevan dengan kompetensi prodi manajemen sehingga memiliki pengetahuan, sikap dan keterampilan yang mencukupi dibidangnya sebelum terjun langsung ke dunia kerja sesungguhnya.
- b. Menerapkan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan dan mengembangkannya sesuai dengan studi kasus yang dipelajari selama melakukan KP.
- c. Memahami dinamika dari kondisi nyata dunia kerja, belajar berkomunikasi serta berperilaku sesuai dengan tuntutan profesi/pekerjaannya.

Bagi Instansi/Perusahaan:

- a. Menjalankan salah satu realisasi dalam hal tanggung jawab sosial kelembagaan.
- b. Menjalin hubungan baik instansi/perusahaan dengan Perguruan Tinggi.
- c. Menumbuhkan kerja sama saling menguntungkan bagi para pihak yang terlibat.

1.4 Tempat Kerja Profesi

Tempat : PT Kaya Kreasi Nusantara

Alamat : Jl Manyar II O3 No. 4, Bintaro, Kec. Pesanggrahan, Kota Jakarta Selatan,
Daerah Khusus Ibukota Jakarta

Divisi : Social Media Specialist

Email : tokokopimanusia@gmail.com

Telfon : +62 878-2169-9178



Gambar 1. Kantor Perusahaan

1.5 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Pada awal November 2024, praktikan mulai mempersiapkan dokumen-dokumen yang dibutuhkan untuk melamar kerja profesi. Beberapa di antaranya seperti CV, Cover Letter. Setelah semua kelengkapan siap, praktikan mengirimkan lamaran ke Toko Kopi Manusia dan menjalani proses wawancara di akhir bulan yang sama.

Beberapa hari setelah wawancara, praktikan menerima konfirmasi penerimaan magang melalui email pada tanggal 2 Desember 2024. Praktikan

kemudian dijadwalkan untuk mulai menjalani kerja profesi pada tanggal 5 Desember 2024.

Kerja Profesi ini dilaksanakan selama enam bulan, dimulai dari bulan Desember 2024 hingga Mei 2025. Kegiatan magang dilakukan secara penuh waktu (full-time) setiap hari Senin sampai Jumat, dan WFH (Work From Home) pada hari Kamis dengan jam kerja dimulai pukul 09.00 hingga 17.00 WIB.

Dengan sistem kerja tersebut, praktikan menjalani magang selama kurang lebih 130 hari kerja, yang jika diakumulasikan mencapai sekitar 1.040 total jam kerja. Selama periode magang, praktikan turut terlibat secara langsung dalam berbagai kegiatan operasional serta produksi konten di Toko Kopi Manusia.

Waktu Kerja	
Hari	Jam Kerja
Senin	09.00 – 17.00 WIB
Selasa	09.00 – 17.00 WIB
Rabu	09.00 – 17.00 WIB
Kamis	09.00 – 17.00 WIB (WFH)
Jumat	09.00 – 17.00 WIB