



2.09%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 10 JUL 2025, 3:46 PM

Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

 **CHANGED TEXT**
2.09%

Report #27418011

1 BAB I PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Kerja Profesi Kerja Profesi (KP) merupakan suatu program akademik yang dirancang untuk memberikan pemahaman yang mendalam kepada mahasiswa tentang dunia kerja serta peluang untuk mengaplikasikan teori yang dipelajari di bangku perkuliahan dan merupakan salah satu syarat kelulusan yang harus dipenuhi oleh setiap mahasiswa (Sahaka, 2019). Dalam (Ramadhani, 2018) dijelaskan bahwa Magang mengungkap konsep built-in learning, apprenticeship, learning by doing, atau on the job training/off the job training, yang artinya proses pembelajaran berlangsung melalui praktik langsung dalam kegiatan kerja nyata, sehingga pengalaman langsung menjadi cara dalam memahami dan menguasai pekerjaan. Oleh karena itu, program magang memberikan pengalaman terhadap pekerjaan, baik yang sesuai dengan bidang tertentu maupun di luar bidang utama yang menjadi tugas peserta magang. Kompetensi praktikan akan diasah menjadi keterampilan yang memiliki nilai tambah dan tentunya bermanfaat di dunia profesional. Berdasarkan data Kemnaker (2024), terdapat sekitar 7,46 juta orang Pengangguran Terbuka (PT) di Indonesia dan sebanyak 4,91 persen dari total angkatan kerja di seluruh provinsi yang tidak terserap dalam pasar kerja di Indonesia. Melihat situasi tersebut, magang menjadi salah satu cara bagi mahasiswa untuk meningkatkan daya saing mereka. Melalui program magang, mahasiswa dapat merasakan secara langsung pengalaman kerja profesional,

memahami komunikasi yang baik di lingkungan kerja, dan mengasah keterampilan praktis yang tidak selalu diajarkan di bangku kuliah. Praktikan telah melaksanakan kerja profesi di NIBRASCORP. Nibras adalah merek busana muslim yang berada di bawah naungan PT Fatahillah Anugerah Nibras, bagian dari NBRS Corp, perusahaan ini berfokus pada produksi dan distribusi busana muslim yang modis dan sesuai syariat, dengan tujuan mengubah persepsi bahwa busana muslim kurang modis Dengan reputasi yang baik di bidang 2 produksi busana muslim, perusahaan ini menjadi tempat yang ideal bagi mahasiswa untuk memperoleh pemahaman dan pengalaman terkait dinamika perusahaan, khususnya dalam bidang Marketing. 7 Selama menjalani Kerja Praktik (KP), praktikan ditempatkan pada divisi Pemasaran di NibrasCorp. Dalam pelaksanaannya, praktikan dilibatkan dalam berbagai kegiatan promosi dan komunikasi merek, seperti penyusunan materi kampanye digital, pelaksanaan promosi musiman, serta dukungan terhadap pengelolaan jaringan reseller dan agen. Melalui aktivitas tersebut, praktikan memperoleh gambaran nyata mengenai bagaimana perusahaan memperluas jangkauan pasar dan membina komunitas konsumen secara strategis. Praktikan juga turut berkontribusi dalam pengelolaan media sosial dan saluran komunikasi digital yang dimanfaatkan untuk menyampaikan konten inspiratif seputar gaya hidup muslim serta menjaga interaksi yang berkelanjutan dengan pelanggan. Selain itu, praktikan diperkenalkan dengan berbagai sistem digital yang digunakan perusahaan, seperti Customer Relationship Management (CRM), dashboard penjualan berbasis cloud, serta sistem e-commerce yang saling terintegrasi untuk mendukung kelancaran operasional. Dalam proses pelaksanaannya, praktikan menghadapi beberapa tantangan, seperti penyesuaian konten antar platform digital yang memerlukan koordinasi yang cermat. Tantangan ini menjadi bagian dari proses pembelajaran dalam meningkatkan ketepatan dan efektivitas kerja tim. Pengalaman kerja praktik ini tidak hanya memberikan pengetahuan praktis dan pemahaman terhadap sistem pemasaran modern, tetapi juga membentuk karakter kerja seperti inisiatif, disiplin, dan kemampuan berpikir kritis. Diharapkan, pembelajaran ini menjadi modal penting bagi

praktikan dalam menapaki dunia profesional di masa depan. Diharapkan pelaksanaan Kerja Profesi ini dapat memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan kompetensi praktikan serta menjadi penghubung antara teori akademik dan penerapan di dunia industri. Selain itu, kehadiran praktikan di perusahaan diharapkan dapat memberikan pembelajaran bagi kedua belah pihak. Dengan ini, praktikan mengajukan judul “Aktivitas Kerja Profesi sebagai Staff Marketing NIBRASCORP 3 1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi Maksud Kerja Profesi Kegiatan Kerja Profesi (KP) yang dilakukan Praktikan memiliki maksud yaitu: 1. Memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk terlibat langsung dalam aktivitas profesional yang membantu menghubungkan teori yang dipelajari di perkuliahan dengan praktik nyata di lapangan.. 2. Mempelajari pemahaman baru yang relevan dengan jurusan yang sedang dijalani oleh praktikan. 3. Menumbuhkan soft skill seperti komunikasi, kerja tim, manajemen waktu, serta kemampuan beradaptasi dalam lingkungan kerja yang sesungguhnya. Tujuan dilaksanakannya kerja profesi ini adalah: 1. Praktikan ingin memahami alur kerja dalam digital marketing, bagaimana membuat konten yang menarik, membuat content plan, 2. Praktikan ingin melatih keterampilan teknis dalam pembuatan video grafis di platform capcut, praktikan juga dapat memahami bagaimana menjaga hubungan dengan mitra 3. Praktikan ingin meningkatkan kemampuan dalam digital marketing khususnya dalam pembuatan konten yang menarik 1.3 Manfaat Kerja Profesi Manfaat dari pelaksanaan kegiatan kerja profesi ialah sebagai berikut: 1. Bagi Praktikan 1. Praktikan mendapatkan kesempatan untuk terlibat langsung dalam aktivitas profesional di lingkungan kerja, sehingga dapat meningkatkan kemampuan dan kesiapan menghadapi tantangan di dunia kerja nyata. 2. Praktikan dapat mengaplikasikan pengetahuan akademik yang diperoleh selama kuliah ke dalam konteks pekerjaan sehari-hari, serta melatih kemampuan berpikir kritis dalam menyelesaikan tugas dan hambatan yang muncul 4 3. Praktikan memperoleh wawasan tentang dinamika kerja di sebuah perusahaan, termasuk sistem operasional, etos kerja, dan pola komunikasi profesional, yang

berguna sebagai bekal untuk beradaptasi di karier mendatang. 2. Bagi Perusahaan 1. Perusahaan memiliki kesempatan untuk ikut serta dalam proses pembelajaran mahasiswa dengan memberikan pengalaman kerja langsung, sekaligus menjalankan peran aktif dalam pengembangan pendidikan dan kepedulian sosial perusahaan 2. Melalui program ini, perusahaan dapat membangun hubungan strategis dengan institusi pendidikan yang berpotensi dikembangkan menjadi kerja sama di bidang riset, pengembangan teknologi, maupun pencarian talenta baru yang sesuai dengan kebutuhan industri. 3. Kehadiran mahasiswa magang dapat membantu perusahaan dalam menyelesaikan pekerjaan operasional maupun kreatif, sementara perusahaan juga bisa memberikan masukan kepada universitas agar materi perkuliahan lebih selaras dengan dinamika dunia kerja. 3. Bagi Universitas Pembangunan Jaya 1. Universitas memperoleh kesempatan untuk meningkatkan kualitas pembelajaran melalui pelibatan mahasiswa secara langsung dalam dunia kerja. Pengalaman ini menjadi tolok ukur untuk melihat sejauh mana kompetensi mahasiswa berkembang di luar kelas dan menjadi acuan dalam peningkatan metode pengajaran. 2. Pelaksanaan program Kerja Profesi membuka peluang kerja sama antara kampus dan dunia industri, sehingga ada pertukaran pengetahuan antara teori di perkuliahan dan pengalaman langsung dari lapangan.

6 Kerja sama ini juga mempermudah agar bisa menambah wawasan mahasiswa sebelum terjun ke dunia kerja 3. 5 Umpan balik dari kegiatan Kerja Profesi menjadi data penting dalam pengembangan kurikulum yang relevan dengan kebutuhan industri.

Penyesuaian ini mendukung terciptanya lulusan yang kompetitif 5 1.4 Lokasi Dan Jadwal Kerja Profesi Kegiatan Kerja Profesi ini dilaksanakan di Kantor NIBRASCORP., dengan sistem kerja Work From Office (WFO). Dengan terlibat secara langsung dalam kegiatan operasional dan berkomunikasi dengan staf perusahaan, praktikan mendapatkan pengalaman langsung tentang lingkungan kerja profesional sekaligus belajar menyesuaikan teori yang dipelajari di perkuliahan ke dalam praktik kerja. Praktikan melaksanakan Kerja Profesi (KP) di NIBRASCORP, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang penjualan baju muslim dan berlokasi di Jl. Pd.

Aren/Ceger Raya No.9, Pd. Aren, Kec. Pd. Aren, Kota Tangerang Selatan, Banten 15224 Gambar 1. 1 Gedung Nibras Sumber: Google (2025)

. Praktikan menjalani Kerja Profesi selama 800 Jam dimulai dari tanggal 3 Februari 2025 hingga 2 Juli 2025. 4 Jadwal kerja adalah Senin hingga Sabtu, dengan jam kerja dari pukul 07.30 hingga 16.30 WIB, yang berarti praktikan akan bekerja selama 9 jam setiap harinya. NibrasCorp merupakan salah satu perusahaan ritel busana muslim terkemuka yang fokus pada pengembangan produk modest fashion di Indonesia. Sebagai brand yang telah memiliki jaringan distribusi luas dan komunitas yang loyal, NibrasCorp menerapkan strategi pemasaran yang mengikuti tren pasar serta kebutuhan konsumen. dengan pendekatan berbasis digital dan kolaborasi kemitraan, perusahaan ini menciptakan lingkungan yang tepat untuk mempelajari penerapan strategi marketing modern, mulai dari branding, promosi, hingga pengelolaan komunitas pelanggan secara professional

6 1.5 Tahapan Kerja Profesi Setiap kegiatan Kerja Profesi memiliki tahapan yang harus dilalui agar pelaksanaannya berjalan secara terstruktur dan efektif. Selama menjalani program Kerja Profesi di NIBRASCORP, Praktikan mengikuti serangkaian proses yang terbagi dalam beberapa langkah penting. Setiap tahapan saling berkaitan dan dirancang untuk mendukung pencapaian tujuan utama dari program magang, yaitu memberikan pengalaman langsung di dunia kerja serta memperluas pemahaman di bidang pemasaran

Gambar 1. 2 Tahapan Kerja Profesi

1. Tahap Persiapan (7 Januari 2025 – 1 Februari 2025) Pada awal Januari 2025, praktikan mulai mencari informasi terkait perusahaan yang membuka kesempatan kerja profesi, khususnya di bidang pemasaran. Informasi diperoleh dari teman dan berbagai sumber online yang menampilkan lowongan magang di perusahaan fashion muslim. Setelah melakukan seleksi perusahaan yang sesuai dengan minat dan jurusan studi, praktikan memilih untuk mengajukan lamaran ke NibrasCorp, sebuah perusahaan yang bergerak di industri busana muslim dan memiliki divisi marketing yang aktif. Pada pertengahan Januari 2025, praktikan mengirimkan Curriculum Vitae (CV) dan Surat Pengantar ke pihak

Human Resources NibrasCorp. Tidak lama setelah itu, praktikan menerima konfirmasi penerimaan untuk mengikuti program kerja profesi di NibrasCorp melalui WhatsApp resmi dari perusahaan. 2. Tahap Pelaksanaan (3 Februari – 2 Juli 2025) Praktikan melaksanakan kerja profesi di NibrasCorp mulai dari 3 Februari hingga 2 Juli 2025 dengan total durasi 984 jam.

Praktikan ditempatkan di Departemen Marketing, khususnya pada bagian Digital Marketing. Selama pelaksanaan kerja profesi, praktikan bekerja secara langsung di kantor (Work From Office/WFO) mengikuti jam kerja perusahaan, yaitu pukul 7.30 – 17.30 WIB, 7 Senin hingga Sabtu

. Praktikan berada di bawah bimbingan staf marketing dan bertugas untuk membantu pengelolaan konten media sosial, menyusun content plan mingguan, membuat materi visual sederhana, menjadwalkan unggahan konten, serta melakukan evaluasi engagement. Selain itu, praktikan juga terlibat dalam kegiatan promosi produk dan dokumentasi acara perusahaan yang berkaitan dengan kampanye digital. 3. Tahap Penyusunan Laporan (3 Mei – 16 Juni 2025) Memasuki akhir masa kerja profesi, praktikan mulai menyusun laporan sebagai bentuk dokumentasi terhadap seluruh aktivitas yang telah dilakukan. Proses ini mencakup pengumpulan data kegiatan harian, pencatatan hasil evaluasi, serta penulisan deskripsi tugas dan pengalaman yang diperoleh selama berada di NibrasCorp. Laporan disusun berdasarkan pedoman akademik dan dikonsultasikan secara berkala dengan dosen pembimbing serta supervisor di perusahaan untuk memastikan kelayakan isi dan kualitas penulisan. serta menjadi syarat akhir untuk kelulusan

program kerja profesi di tingkat universitas. Tabel 1.1 Tahap Pelaksanaan Kerja Profesi Tahapan Jan Feb Mar Apr Mei Jun Tahap Persiapan Pembekalan Kerja Profesi Proses Pencarian Tempat Kerja Profesi Proses Interview Dengan Pihak Perusahaan Proses Pembuatan Surat Rekomendasi Universitas Pembangunan Jaya Tahap Pelaksanaan Pelaksanaan Kerja Profesi Tahap Penyusunan Laporan Penyusunan Laporan Kerja Profesi 8 BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI 2.1 Sejarah NIBRASCORP Nibras merupakan brand busana muslim yang berada di bawah naungan PT

Fatahillah Anugerah Nibras, yang kini tergabung dalam NBRS Corp. Didirikan pada tahun 2011, Nibras hadir untuk menjawab kebutuhan masyarakat terhadap busana muslim yang modis, nyaman, dan sesuai dengan syariat Islam. Di awal kemunculannya, Nibras fokus pada penyediaan gamis dan busana harian muslimah yang cocok digunakan dalam aktivitas sehari-hari. Seiring dengan meningkatnya tren gaya hidup islami dan perkembangan teknologi informasi, NibrasCorp mulai memperluas jangkauannya melalui digitalisasi strategi pemasarannya. Pada tahun 2015, perusahaan mulai mengembangkan kanal digital marketing sebagai bagian dari upaya transformasi bisnis yang lebih adaptif terhadap era digital. Melalui strategi ini, NibrasCorp tidak hanya memperluas pasar, tetapi juga membangun ekosistem digital yang menghubungkan antara perusahaan, konsumen, dan mitra bisnis. Untuk mendukung penguatan struktur pemasaran digital, NibrasCorp mengembangkan sejumlah inisiatif seperti membentuk tim digital internal, membangun platform e-commerce sendiri, serta menjalin kerja sama dengan berbagai marketplace besar di Indonesia. Langkah ini memungkinkan perusahaan untuk menawarkan pengalaman berbelanja yang lebih mudah dan interaktif kepada konsumen, sekaligus memperkuat merek di ranah online. Hingga saat ini, NibrasCorp telah berhasil menjangkau pelanggan di berbagai daerah melalui strategi digital yang terintegrasi. Beberapa kampanye digital yang sukses antara lain: program loyalitas pelanggan berbasis aplikasi, promosi musiman melalui media sosial, dan peluncuran produk eksklusif secara online. Keberhasilan ini mencerminkan komitmen NibrasCorp dalam memanfaatkan teknologi sebagai alat untuk memperluas pengaruhnya di industri fashion muslim. Atas konsistensinya dalam mengembangkan strategi pemasaran yang inovatif, NibrasCorp telah memperoleh sejumlah apresiasi, termasuk Penghargaan Brand Muslim Favorit 2022 dan penghargaan UMKM Digital Champion dari Kementerian Koperasi dan UKM. Dalam era digital yang terus berubah, NibrasCorp tetap berkomitmen untuk melakukan inovasi dalam strategi pemasarannya, dengan tetap menjaga nilai-nilai islami dan keberlanjutan. Perusahaan percaya bahwa melalui

pendekatan digital yang tepat, NibrasCorp dapat memberikan nilai tambah bagi pelanggan dan terus berkontribusi terhadap pertumbuhan industri fashion muslim di Indonesia secara berkelanjutan.

2.1.1 Visi dan Misi

NIBRASCORP Visi dan misi merupakan landasan strategis yang mengarahkan setiap langkah dan keputusan dalam suatu perusahaan.

- 1 NIBRASCORP memiliki visi yang kuat untuk menjadi ikon busana muslim terdepan serta menjadi trendsetter dan pilihan utama masyarakat Indonesia dalam bidang fashion muslim. Komitmen ini diwujudkan melalui misi perusahaan yang menekankan pada penciptaan produk yang kreatif dan inovatif, kemudahan akses bagi pelanggan, serta pelayanan yang cepat dan akurat. Selain itu, NIBRASCORP juga menjunjung tinggi nilai-nilai spiritual dalam pengelolaan bisnis serta menjalankan perusahaan dengan sistem yang andal dan profesional. Dengan nilai-nilai inti seperti integritas, keberanian, inovasi, kepercayaan, dan semangat untuk menginspirasi, visi dan misi NIBRASCORP tidak hanya berorientasi pada pertumbuhan bisnis semata, tetapi juga pada pemberian nilai tambah yang positif bagi pelanggan, mitra, dan masyarakat secara luas.

10 Visi

- 1 Menjadi ikon busana muslim terdepan yang mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggan.
2. Menjadi trendsetter dan pilihan utama busana muslim Indonesia.

Misi

1. Menciptakan produk yang kreatif, inovatif, dan mudah diperoleh.
2. Memberikan pelayanan yang cepat, lengkap, dan akurat.
3. Menanamkan nilai spiritual dalam pengelolaan bisnis.
4. Menjalankan perusahaan yang berbasis pada sistem yang andal.

2.1.2 Nilai Perusahaan NIBRASCORP.

mengedepankan 5 (lima) nilai perusahaan yang menjadi landasan dalam setiap aktivitasnya, sebagai berikut:

1. Advance Advance mencerminkan semangat perusahaan untuk terus bergerak maju dan tidak pernah berhenti berkembang. Nilai ini menunjukkan komitmen NIBRASCORP dalam berinovasi secara berkelanjutan, baik dalam pengembangan produk maupun penyempurnaan layanan kepada pelanggan. Perusahaan selalu mengadopsi teknologi terbaru untuk meningkatkan efisiensi operasional dan mengembangkan strategi bisnis yang lebih kompetitif dalam penerapannya, nilai advance juga tercermin melalui investasi berkelanjutan dalam membantu sumber daya manusia melalui

program pelatihan dan pendidikan. NIBRASCORP selalu mencari peluang baru untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan daya saing di industri.

11 2. Brave Brave merupakan nilai yang menggambarkan keberanian NIBRASCORP dalam menghadapi tantangan bisnis dan mengambil keputusan strategis. Keberanian ini terwujud dalam kesediaan perusahaan untuk mengambil risiko bisnis yang terukur demi mencapai pertumbuhan jangka panjang. Perusahaan tidak ragu untuk mencoba pendekatan baru dalam strategi marketing dan operasional, bahkan ketika menghadapi persaingan pasar yang semakin ketat. NIBRASCORP memiliki keberanian untuk tampil berbeda dan menonjol dari para kompetitor, serta berani mengambil keputusan sulit yang diperlukan untuk kemajuan perusahaan. Setiap keputusan yang diambil selalu disertai dengan tanggung jawab penuh atas konsekuensinya.

3. Integrity Integrity menjadi fondasi utama dalam setiap aktivitas bisnis NIBRASCORP. Nilai ini menekankan pentingnya kejujuran, transparansi, dan konsistensi dalam setiap tindakan dan keputusan perusahaan. Integritas diterapkan melalui praktik bisnis yang jujur dengan seluruh klien dan mitra kerja, serta transparansi dalam pelaporan keuangan dan operasional perusahaan memastikan adanya konsistensi antara apa yang diucapkan dengan apa yang dilakukan, mematuhi etika bisnis dan kode etik perusahaan secara ketat. NIBRASCORP bertanggung jawab penuh atas setiap komitmen yang dibuat dan menerapkan kebijakan zero tolerance terhadap segala bentuk praktik korupsi atau kecurangan.

4. Trust Trust merupakan nilai yang mengutamakan pembangunan dan pemeliharaan kepercayaan dengan seluruh stakeholder perusahaan. NIBRASCORP memahami bahwa kepercayaan adalah aset paling berharga dalam dunia bisnis, oleh karena itu perusahaan berkomitmen untuk membangun hubungan jangka panjang yang solid dengan pelanggan kepercayaan ini dibangun melalui konsistensi dalam memberikan kualitas produk dan layanan terbaik, menepati setiap janji dan komitmen yang telah dibuat kepada klien. Di lingkungan internal, perusahaan menciptakan budaya kerja yang dilandasi saling percaya antar karyawan, menjadikan NIBRASCORP sebagai partner bisnis yang

dapat diandalkan, serta menjaga kerahasiaan informasi klien dan perusahaan dengan standar keamanan tinggi. 5. Inspiring Inspiring menggambarkan aspirasi NIBRASCORP untuk menjadi sumber inspirasi bagi berbagai pihak, baik internal maupun eksternal. Perusahaan berusaha menjadi contoh perusahaan yang sukses sekaligus bertanggung jawab sosial, memberikan inspirasi kepada setiap karyawan untuk terus berkembang dan mencapai potensi terbaiknya. NIBRASCORP berkomitmen menciptakan inovasi-inovasi yang dapat menginspirasi industri secara keseluruhan, berkontribusi positif bagi masyarakat dan lingkungan sekitar. Perusahaan selalu berusaha memberikan pelayanan yang melampaui ekspektasi pelanggan dan menciptakan lingkungan kerja yang memotivasi setiap karyawan untuk memberikan performa terbaiknya.

2.1.3 Logo NIBRASCORP

Logo merupakan elemen visual yang memiliki peran strategis dalam membangun identitas dan citra perusahaan Nibras Corp. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang busana muslim, logo NIBRASCORP tidak hanya sekedar simbol grafis, tetapi juga merepresentasikan nilai-nilai inti perusahaan seperti kesantunan, modernitas, dan komitmen terhadap kualitas. Logo ini dirancang untuk mencerminkan filosofi serta visi dan misi perusahaan dalam menyediakan produk yang sesuai dengan syariat namun tetap mengikuti tren mode. Selain itu, logo NIBRASCORP menjadi identitas visual yang membedakannya dari kompetitor, sekaligus memperkuat citra merek di mata konsumen dan mitra bisnis.

13 Gambar 2. 1 Logo NIBRASCORP Sumber:Google(2024) MAKNA LOGO NIBRASCORP memiliki logo yang disertai dengan slogan “Inspiring Modest Fashion . Tulisan “NIBRAS” pada logo menegaskan identitas perusahaan sebagai pelopor busana muslim yang mengusung konsep kesantunan dalam balutan gaya yang modern dan dinamis. Berdasarkan hasil wawancara dengan staf pemasaran, yaitu Ibu Rina, beliau menjelaskan bahwa makna dari slogan “Inspiring Modest Fashion adalah bentuk komitmen perusahaan untuk terus menginspirasi masyarakat, khususnya kaum muslimin, agar tetap tampil percaya diri dan modis tanpa meninggalkan nilai-nilai kesopanan dan syariat. Kata “NIBRAS” sendiri berasal dari bahasa Arab yang berarti cahaya atau pelita, yan

g merepresentasikan harapan perusahaan untuk menjadi penerang dan panutan dalam industri fashion muslim. Penggunaan warna ungu pada logo mencerminkan kreativitas, keanggunan, dan visi masa depan, sementara aksen warna oranye melambangkan semangat, optimisme, serta kehangatan dalam pelayanan kepada pelanggan. Kombinasi warna ini juga memperkuat kesan ramah dan profesional yang menjadi bagian dari nilai inti perusahaan

14.2.2 Struktur Organisasi NIBRASCORP

Struktur organisasi dalam suatu perusahaan merupakan landasan penting untuk memastikan kelancaran operasional dan pencapaian tujuan perusahaan. Menurut Sentot Imam Wahjono (2022), struktur organisasi yang baik tidak hanya mengatur pembagian tugas dan wewenang, tetapi juga membentuk pola komunikasi yang efektif antar bagian di dalam perusahaan. Hal ini sangat relevan bagi NIBRASCORP yang dalam kegiatan bisnisnya di bidang fashion muslim membutuhkan koordinasi yang solid antar divisi untuk menjaga kualitas produk, memperluas jaringan pemasaran, serta memastikan pelayanan terbaik kepada pelanggan. Struktur organisasi NIBRASCORP dirancang untuk mendukung efisiensi kerja melalui pembagian fungsi yang jelas, mulai dari manajemen puncak hingga ke departemen fungsional seperti Produksi, Pemasaran, Keuangan, IT, dan Sumber Daya Manusia. Dalam Kerja Profesi (KP) ini, praktikan berperan sebagai staf pada departemen Pemasaran, yang berada di bawah koordinasi Divisi Komersial, dengan tanggung jawab dalam membantu kegiatan promosi dan strategi komunikasi merek NIBRAS kepada konsumen. : Gambar 2. 2 Struktur Organisasi NIBRAS Sumber: NibrasCorp (2025) Struktur organisasi NIBRASCORP terdiri atas jajaran manajemen puncak dan sejumlah divisi fungsional yang dirancang untuk mendukung kelancaran operasional dan pertumbuhan bisnis di industri fashion muslim. Setiap divisi memiliki departemen dengan tugas dan tanggung jawab spesifik, mulai dari 15 produksi, pemasaran, keuangan, sumber daya manusia, hingga teknologi informasi. Seluruh unit organisasi ini bekerja secara terkoordinasi untuk mewujudkan visi perusahaan sebagai pelopor busana muslim yang menginspirasi, inovatif, dan berkualitas.

Struktur ini tidak hanya memfasilitasi efisiensi kerja dan pengambilan keputusan yang tepat, tetapi juga memperkuat kolaborasi antar bagian dalam menjaga konsistensi kualitas produk dan pelayanan terhadap pelanggan. Berikut Struktur Organisasi NIBRASCORP :

1. Dewan Dewan adalah badan tertinggi dalam perusahaan yang terdiri dari para pemilik saham atau perwakilan pemilik modal. Dewan ini bertugas mengawasi jalannya perusahaan secara keseluruhan, membuat kebijakan strategis jangka panjang, dan memastikan perusahaan berjalan sesuai dengan visi dan misi yang telah ditetapkan.
2. Dewan Direksi Dewan Direksi adalah organ perusahaan yang bertanggung jawab atas pengelolaan perusahaan sehari-hari. Mereka menjalankan kebijakan yang telah ditetapkan oleh Dewan dan bertanggung jawab langsung atas operasional perusahaan. Dewan Direksi terdiri dari Direktur Utama dan direktur-direktur lainnya sesuai kebutuhan perusahaan.
 - I. General Manager adalah pimpinan eksekutif yang bertanggung jawab mengkoordinasikan semua departemen dalam perusahaan. Mereka memastikan setiap divisi bekerja secara sinergis untuk mencapai target perusahaan dan melaporkan kinerja perusahaan kepada Dewan Direksi.
 - 16 II. Corporate Secretary bertugas sebagai sekretaris perusahaan yang menangani administrasi tingkat korporat, dokumentasi resmi perusahaan, korespondensi penting, pengaturan rapat direksi, dan memastikan kepatuhan terhadap regulasi perusahaan serta peraturan pemerintah.
3. Manajer Marketing Manajer Marketing memimpin divisi pemasaran dan bertanggung jawab atas strategi pemasaran perusahaan, pengembangan brand, riset pasar, dan koordinasi aktivitas promosi untuk meningkatkan penjualan dan brand awareness.
 - Staff Marketing I. Staff Marketing bertugas melaksanakan kegiatan pemasaran operasional seperti membuat materi promosi, mengelola media sosial, melakukan riset pasar, mengorganisir event marketing, dan mendukung implementasi strategi pemasaran yang telah ditetapkan.
 - II. Staff Sales fokus pada kegiatan penjualan langsung, mencari prospek pelanggan baru, memelihara hubungan dengan klien existing, melakukan presentasi produk, negosiasi harga, dan mencapai target penjualan yang telah ditetapkan.
- 4.

Manajer Operasional Manajer Operasional mengawasi semua kegiatan operasional perusahaan termasuk manajemen inventori, logistik, distribusi, dan memastikan kelancaran proses bisnis I. Staff Gudang mengelola penyimpanan barang, melakukan stock opname, mengatur keluar masuk barang, menjaga kualitas produk di gudang, dan memastikan ketersediaan stok sesuai kebutuhan penjualan. 17 II. Staff Driver bertanggung jawab atas pengiriman barang kepada pelanggan, memastikan produk sampai dengan selamat dan tepat waktu, serta menjaga kendaraan perusahaan dalam kondisi baik. 5. Manager HRD & GA Manager HRD & GA memimpin divisi Sumber Daya Manusia dan General Affairs, bertanggung jawab atas kebijakan kepegawaian, pengembangan karyawan, dan pengelolaan fasilitas serta urusan umum perusahaan. Staff HRD I. Staff HRD menangani rekrutmen karyawan, administrasi kepegawaian, payroll, pelatihan dan pengembangan SDM, evaluasi kinerja, dan memastikan kesejahteraan karyawan. II. Staff GA (General Affairs) mengelola fasilitas kantor, maintenance gedung dan peralatan, keamanan, kebersihan, dan berbagai urusan administratif yang mendukung operasional perusahaan. 6. Manajer Akuntansi dan Keuangan Manajer Akuntansi dan Keuangan memimpin divisi keuangan perusahaan, bertanggung jawab atas perencanaan keuangan, pengendalian anggaran, dan memastikan kesehatan finansial perusahaan. Staff Akuntansi I. Staff Akuntansi bertugas mencatat semua transaksi keuangan, membuat jurnal, menyusun laporan keuangan, melakukan rekonsiliasi bank, dan memastikan keakuratan data keuangan perusahaan. II. Staff Keuangan dan Pajak mengelola arus kas perusahaan, melakukan pembayaran supplier, menagih piutang, menghitung dan melaporkan pajak perusahaan, serta memastikan kepatuhan terhadap regulasi perpajakan

18 2.3 Kegiatan Umum Perusahaan NIBRASCORP merupakan perusahaan ritel dan distribusi busana muslim terkemuka di Indonesia yang berfokus pada penyediaan produk-produk pakaian muslim yang modern, nyaman, dan sesuai syariat, meliputi busana wanita, pria, anak-anak, serta perlengkapan ibadah Dalam kegiatan operasionalnya, NibrasCorp mengelola rantai pasok secara terintegrasi, termasuk perencanaan stok, pengendalian kualitas, serta

distribusi produk ke berbagai titik penjualan seperti toko resmi (Nibras House), reseller, dan platform e-commerce. Pengelolaan logistik dilakukan dengan sistem pelacakan digital guna memastikan produk sampai tepat waktu dan dalam kondisi baik. Selain itu, perusahaan menerapkan sistem manajemen mutu untuk menjaga konsistensi produk serta menerapkan standar layanan pelanggan yang profesional, ramah, dan solutif. Dari sisi kegiatan pemasaran, NibrasCorp aktif menjalankan kampanye digital, promosi musiman, serta program kemitraan reseller dan agen sebagai bagian dari strategi pertumbuhan komunitas dan peningkatan penetrasi pasar. Perusahaan juga mengelola berbagai kanal media sosial dan platform komunikasi untuk menjaga hubungan dengan pelanggan serta menyampaikan edukasi seputar gaya hidup muslim yang positif. Dalam aspek teknologi, NibrasCorp mempunyai sistem manajemen data pelanggan (CRM) sebagai dashboard penjualan berbasis cloud, dan fitur e-commerce yang terintegrasi untuk menunjang efisiensi proses bisnis sehari-hari agar meningkatkan pengalaman belanja pelanggan. Secara keseluruhan, NibrasCorp berkomitmen menjadi pelopor dalam industri busana muslim dengan menghadirkan produk-produk berkualitas, pelayanan unggul, serta strategi bisnis yang adaptif terhadap perkembangan zaman dan kebutuhan konsumen.

2 3 19 BAB III PELAKSANAAN KERJA PROFESI 3.1 Bidang Kerja Selama pelaksanaan kerja profesi di NIBRASCORP, praktikan ditempatkan pada di bagian Staff Marketing. Dalam posisi ini, praktikan berperan mendukung berbagai kegiatan Marketing yang berhubungan dengan Digital Marketing. Posisi ini sangat penting dalam menjamin kelancaran proses kerja internal dan eksternal perusahaan. Praktikan juga berperan aktif dalam mendukung kegiatan dokumentasi. Praktikan terlibat dalam berbagai aktivitas seperti sesi dokumentasi, promosi program re-seller, pengelolaan media sosial dan publikasi, pembuatan laporan content plan, serta membantu mengedit program pelatihan. Praktikan juga berperan dalam memastikan kesiapan dalam sesi dokumentasi, seperti kelengkapan alat, pengaturan tempat, penyusunan laporan content plan, serta memastikan seluruh kebutuhan dokumentasi secara tepat waktu dan rapi. Selain itu,

praktikan juga mendukung komunikasi antara tim internal dan pihak eksternal, seperti membantu korespondensi melalui WhatsApp, melakukan follow-up terhadap kebutuhan video, dan mendampingi kegiatan operasional di lapangan jika diperlukan. Praktikan dituntut untuk teliti, cekatan, dan disiplin dalam menyelesaikan setiap tugas yang diberikan. Melalui penugasan tersebut, praktikan menempati posisi sebagai Staff Marketing. Praktikan tidak hanya mendapatkan pengalaman teknis dalam pengelolaan akun, tetapi juga memahami pentingnya peran digital marketing dalam mendukung keberhasilan perusahaan. Praktikan juga memperoleh pengalaman kerja nyata di bidang Digital Marketing memahami pentingnya kerja sama tim, kedisiplinan, serta komunikasi profesional dalam mendukung tercapainya tujuan

20 Tabel 3. 1 Tabel Deskripsi Pekerjaan Praktikan Bidang Kerja

Deskripsi Kegiatan 1. Promosi Digital • Terlibat langsung dalam kegiatan promosi saat event atau peluncuran produk. • Membantu menyiapkan materi promosi digital seperti poster dan konten media sosial. • Menjadwalkan unggahan konten. • Mengatur perangkat pendukung seperti kamera dan koneksi internet. • Melakukan dokumentasi kegiatan (foto & video). 2 . Pembuatan Content Plan • Menyusun tema dan ide konten mingguan berdasarkan momen penting. • Membuat caption dan memilih visual yang sesuai brand. • Menentukan jadwal unggah konten di media sosial . • Melakukan riset tren konten untuk menyesuaikan gaya penyampaian . • Menganalisis insight untuk evaluasi performa konten. 3. Dokumentasi Kegiatan • Mengecek kondisi peralatan sebelum pengambilan gambar. • Menata produk dan properti untuk hasil visual yang optimal. • Mendampingi tim saat pengambilan dokumentasi. • Mengambil konten behind-the-scenes . • Menyimpan file hasil dokumentasi ke folder khusus tim marketing. 2

1 3.2 Pelaksanaan Kerja Dalam pelaksanaan Kerja Profesi yang dilakukan oleh praktikan di NIBRASCORP, praktikan mendapat kesempatan untuk bekerja di Bagian Video Grafis yang berada di bawah Departemen Marketing. Bagian ini memegang peranan penting dalam mengelola Akun Media Sosial, Promosi Produk. Serta promosi kegiatan kegiatan yang akan di adakan

oleh NIBRASCORP Di dalam Departemen Marketing, khususnya pada bagian Digital Marketing, terdapat beberapa lingkup tugas yang disesuaikan dengan kebutuhan promosi dan pengelolaan citra perusahaan di ranah digital. Praktikan berfokus pada proses pembuatan dan penjadwalan konten digital yang mencakup penyusunan kalender konten, pembuatan caption, pemilihan visual yang sesuai dengan brand identity, hingga pengunggahan materi ke berbagai platform media sosial perusahaan. Selain itu, pekerjaan ini juga melibatkan pemantauan performa konten melalui tools analitik serta koordinasi dengan berbagai pihak, seperti tim desain grafis untuk kebutuhan visual dan tim produk untuk memastikan informasi yang disampaikan relevan dan akurat.

3.2.1 Promosi digital

Selama melaksanakan magang di NibrasCorp, praktikan turut serta secara langsung dalam kegiatan operasional di lapangan yang berkaitan dengan promosi digital, khususnya saat perusahaan menyelenggarakan event pemasaran atau peluncuran produk

Gambar 3. 1 Promosi Digital Sumber: NIBRASCORP (2025) 22

Dalam kegiatan lapangan tersebut, praktikan berperan dalam menyiapkan berbagai kebutuhan digital dan konten pendukung sebelum acara berlangsung. Hal ini mencakup pembuatan materi promosi digital (sepert poster digital), penjadwalan unggahan konten di media sosial, serta memastikan perangkat pendukung seperti kamera, tripod, dan koneksi internet untuk live streaming atau dokumentasi berjalan dengan baik. Praktikan juga terlibat dalam proses dokumentasi acara, baik dalam bentuk pengambilan foto dan video. Dokumentasi ini kemudian digunakan untuk konten media sosial perusahaan, laporan internal, dan kebutuhan publikasi di website resmi. Melalui keterlibatan dalam kegiatan digital marketing di lapangan ini, praktikan memperoleh pengalaman langsung mengenai pentingnya strategi konten, kecepatan respons, serta koordinasi tim yang baik dalam menjalankan kampanye pemasaran secara efektif. Pengalaman ini juga memperkuat pemahaman praktikan terhadap peran digital marketing dalam membangun brand awareness dan menjangkau target audiens secara luas

3.2.2 Pembuatan Content Plan

Gambar 3. 2 Content Plan Sumber:

Dokumentasi Praktikan (2025) 23 Selama melaksanakan magang di NibrasCorp, praktikan juga berperan aktif dalam proses perencanaan dan penyusunan content plan sebagai bagian dari strategi digital marketing perusahaan. Penyusunan content plan ini mencakup penentuan tema konten mingguan, pembuatan ide konten berdasarkan momen penting (seperti promo bulanan, launching produk, atau campaign hari besar), hingga menyusun kalender konten untuk platform media sosial seperti Instagram. Dalam proses ini, praktikan turut menyusun caption yang sesuai dengan gaya komunikasi brand, memilih visual yang relevan dan menarik, serta menentukan waktu unggah (posting schedule) agar menjangkau audiens secara optimal. Selain itu, praktikan juga melakukan riset ringan terhadap tren konten yang sedang berkembang di media sosial untuk menyesuaikan gaya penyampaian yang lebih menarik dan relevan. Content plan yang telah disusun kemudian didiskusikan bersama tim Digital Marketing untuk mendapatkan masukan sebelum dipublikasikan. Praktikan juga terlibat dalam evaluasi performa konten melalui insight atau data analitik, seperti jumlah tayangan, interaksi, dan pertumbuhan audiens. Data ini digunakan sebagai dasar untuk menyusun strategi konten selanjutnya yang lebih tepat sasaran. Melalui penyusunan content plan ini, praktikan mendapatkan pengalaman langsung dalam merancang strategi komunikasi digital yang terstruktur, memahami pentingnya konsistensi brand voice, serta mengasah kemampuan dalam menyesuaikan pesan dengan target audiens yang beragam.

24 3.2.3 Dokumentasi Kegiatan Gambar 3. 3 Dokumentasi Kegiatan Sumber: Diambil Oleh Penulis (2025) Selama melaksanakan magang di NibrasCorp, praktikan turut serta secara langsung dalam kegiatan operasional di lapangan yang berkaitan dengan Dokumentasi Kegiatan, khususnya saat perusahaan menyelenggarakan event pemasaran atau peluncuran produk. Sebelum sesi pengambilan gambar dimulai, praktikan ikut membantu mengecek kondisi peralatan yang akan dipakai, seperti memastikan kamera bisa digunakan dengan baik, baterainya penuh, memori tersedia, dan pencahayaan cukup terang sesuai kebutuhan. Praktikan juga bantu menata posisi produk dan

properti lainnya supaya hasil foto atau video bisa terlihat lebih menarik dan sesuai dengan konsep yang sudah direncanakan. Saat proses pengambilan konten berlangsung, praktikan mendampingi tim dalam mengganti properti, mengatur ulang tata letak produk, atau mengambil dokumentasi behind-the-scenes untuk kebutuhan konten tambahan. Setelah kegiatan selesai, semua file hasil pengambilan gambar dipindahkan dan disimpan ke folder khusus yang sudah disiapkan oleh tim marketing. 25 Sebagai bentuk dokumentasi, beberapa hasil foto dan tangkapan layar dari proses pengambilan gambar juga disertakan dalam laporan ini.

3.3 Kendala Yang Dihadapi

Kendala adalah faktor atau kondisi yang dapat membatasi, menghalangi, atau menghambat pencapaian tujuan, sehingga mempengaruhi kelancaran pelaksanaan tugas. Selama menjalani Kerja Profesi di NIBRASCORP. di Departemen Marketing, khususnya Bagian Digital Marketing, praktikan juga menghadapi beberapa tantangan dalam melaksanakan tugasnya, antara lain:

3.3.1 Minimnya Pengalaman Dalam Membuat Konten Kreatif

Selain tantangan teknis, praktikan juga menghadapi kendala dalam hal kreativitas saat membuat konten digital. Minimnya pengalaman di bidang ini membuat praktikan cukup kesulitan dalam menuangkan ide ke dalam bentuk visual maupun narasi yang sesuai dengan karakter brand NibrasCorp. Beberapa konten yang dibuat di awal magang masih terkesan monoton, kurang menarik perhatian, dan belum sesuai dengan gaya komunikasi yang biasa digunakan perusahaan. Keterbatasan dalam menguasai tools desain seperti Canva maupun CapCut juga membuat proses pembuatan konten menjadi lebih lama dan tidak maksimal dari segi kualitas visual. Hal ini berdampak pada kurang optimalnya engagement konten di media sosial karena kurangnya elemen kreatif yang bisa menarik audiens. Selain itu, praktikan juga sempat mengalami kebingungan dalam menyusun storytelling yang relevan dengan target market, terutama dalam menggabungkan pesan promosi dengan nilai-nilai lifestyle muslim yang menjadi identitas NibrasCorp

3.3.2 Perubahan Algoritma Media Sosial

Selain kendala internal, praktikan juga menghadapi tantangan eksternal

yang berasal dari perubahan algoritma media sosial, khususnya pada platform seperti Instagram dan TikTok. Algoritma yang terus berubah ini memengaruhi visibilitas dan jangkauan konten yang dipublikasikan. Konten yang sebelumnya memiliki performa baik, seperti mendapat banyak tayangan dan interaksi, bisa mengalami penurunan drastis tanpa perubahan signifikan dalam format atau kualitasnya. Hal ini membuat strategi konten yang telah dirancang menjadi kurang efektif, karena sulit memprediksi jenis konten apa yang akan mendapat eksposur tinggi dari sistem algoritma. Praktikan bersama tim Digital Marketing harus melakukan penyesuaian secara berkala, baik dari sisi waktu unggah, jenis konten (foto, video, carousel), hingga gaya penyampaian agar tetap relevan dengan preferensi platform. Perubahan algoritma ini juga berdampak pada performa kampanye promosi yang sedang berjalan, terutama jika sangat bergantung pada jangkauan organik. Untuk mengatasinya, tim perlu mempertimbangkan strategi tambahan seperti penggunaan iklan berbayar (paid ads) agar pesan promosi tetap dapat menjangkau audiens secara maksimal.

3.3.3 Keterbatasan Sumber Daya Visual dan Kreatif

Selama pelaksanaan magang, praktikan juga menemui kendala dalam hal keterbatasan sumber daya visual dan kreatif. Dalam aktivitas digital marketing, kebutuhan akan konten visual seperti foto produk, video promosi, hingga desain grafis sangat tinggi dan harus diproduksi secara konsisten agar akun media sosial tetap aktif dan menarik. Namun, keterbatasan jumlah tenaga desain dan fotografer/videografer internal menyebabkan proses pembuatan materi visual menjadi terhambat. Terkadang konten harus menunggu giliran produksi karena padatnya jadwal tim kreatif, atau terpaksa menggunakan stok visual lama yang kurang relevan dengan campaign yang sedang berjalan. Kondisi ini berdampak pada keterlambatan penyusunan konten, kurangnya variasi dalam 27 tampilan visual, serta berkurangnya daya tarik konten di mata audiens. Praktikan juga mengalami keterbatasan saat ingin mengembangkan ide konten kreatif karena tidak semua materi dapat diwujudkan tanpa dukungan visual yang memadai.

2 3.4 Cara Mengatasi Kendala Mengatasi kendala adalah upaya untuk

menemukan solusi atas berbagai hambatan yang muncul selama pelaksanaan kerja profesi.

Dengan menemukan solusi yang tepat, pekerjaan yang telah direncanakan dapat berjalan sesuai target dan tetap efisien. Beberapa langkah yang dilakukan praktikan untuk mengatasi kendala yang dihadapi adalah sebagai berikut:

3.4.1 Aktif Berkoordinasi Dan Berdiskusi Secara Rutin Dengan Mentor Pembimbing Selama menjalani magang, praktikan mengalami kendala dalam membuat konten kreatif yang sesuai dengan karakter brand NibrasCorp. Di awal, praktikan belum terbiasa dengan gaya bahasa, visual, dan jenis konten yang biasa digunakan oleh tim Digital Marketing. Hal ini membuat beberapa konten yang dibuat belum maksimal dari segi tampilan maupun engagement. Praktikan juga masih belajar dalam menyusun caption, memilih elemen desain, dan memahami tren konten yang sedang berkembang. Untuk mengatasi hal tersebut, praktikan aktif berkoordinasi dan berdiskusi secara rutin dengan mentor pembimbing di divisi Marketing. Melalui bimbingan langsung, praktikan mendapatkan arahan tentang konsep konten yang sesuai dengan target pasar, serta tips dalam menyampaikan pesan yang lebih engaging lewat media sosial. Praktikan juga sering diminta untuk membuat Content Plan terlebih dahulu, lalu mentor akan memberi masukan dan revisi agar konten yang dihasilkan bisa lebih tepat sasaran dengan arahan dari mentor praktikan jadi lebih paham tentang strategi konten yang efektif, serta belajar menyusun konten berdasarkan insight dari pengalaman mentor. Selain meningkatkan kemampuan teknis, bimbingan ini juga membantu praktikan dalam

28 mengasah cara berpikir kreatif dan lebih percaya diri dalam mengembangkan ide-ide baru. Dengan latihan terus-menerus dan evaluasi yang rutin, praktikan perlahan-lahan mulai terbiasa membuat konten yang lebih menarik dan sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Pengalaman ini sangat membantu dalam mengembangkan kemampuan kreatif, terutama dalam dunia digital marketing yang serba cepat dan dinamis.

3.4.2 Mencoba Berbagai Variasi Konten

Selain kendala internal, praktikan juga menghadapi tantangan eksternal yang berasal dari perubahan algoritma media sosial,

khususnya pada platform seperti Instagram. Algoritma yang terus berubah ini memengaruhi visibilitas dan jangkauan konten yang dipublikasikan. Konten yang sebelumnya memiliki performa baik, seperti mendapat banyak tayangan dan interaksi, bisa mengalami penurunan drastis tanpa perubahan signifikan dalam format atau kualitasnya. Hal ini membuat strategi konten yang telah dirancang menjadi kurang efektif, karena sulit memprediksi jenis konten apa yang akan mendapat eksposur tinggi dari sistem algoritma. Praktikan bersama tim Digital Marketing harus melakukan penyesuaian secara berkala, baik dari sisi waktu unggah, jenis konten (foto, video, carousel), hingga gaya penyampaian agar tetap relevan dengan preferensi platform. Untuk mengatasi kendala ini, tim melakukan penyesuaian dengan mencoba berbagai variasi konten dan memantau performanya melalui insight yang tersedia, guna melihat pola engagement yang paling efektif. Selain itu, penggunaan hashtag dan caption yang sesuai tren turut dioptimalkan agar konten tetap menjangkau audiens yang lebih luas. Praktikan juga mendukung upaya peningkatan interaksi secara aktif, seperti membalas komentar di awal waktu unggah agar konten mendapat dorongan dari algoritma. Sebagai langkah tambahan, tim juga mulai mempertimbangkan penggunaan iklan berbayar (paid ads) untuk memastikan konten promosi tetap dapat menjangkau target audiens secara maksimal meskipun algoritma organik terus berubah.

29 3.4.3 Melakukan Penyesuaian Dengan Membuat Konten Sederhana Yang Tetap Informatif Sebagai bentuk penyesuaian terhadap keterbatasan sumber daya visual dan kreatif, praktikan bersama tim Digital Marketing melakukan strategi alternatif dengan membuat konten sederhana yang tetap informatif. Konten semacam ini dibuat dengan memaksimalkan elemen dasar seperti teks, ikon, dan warna brand, serta menggunakan template desain yang telah tersedia untuk mempercepat proses produksi. Jenis konten yang dibuat antara lain berupa tips singkat, info produk, atau pengumuman promosi yang dikemas dalam format statis namun tetap mudah dipahami oleh audiens. Meski secara visual lebih sederhana, konten ini dirancang agar tetap menarik dengan

memperhatikan tata letak, ukuran font, dan kombinasi warna yang konsisten dengan identitas brand NibrasCorp. Pendekatan ini memungkinkan tim tetap aktif di media sosial tanpa harus terlalu bergantung pada produksi konten yang kompleks. Selain itu, penggunaan konten sederhana juga memudahkan proses revisi dan persetujuan, sehingga mempercepat siklus unggahan konten di tengah keterbatasan yang ada.

3.5 Pembelajaran Yang Diperoleh Dari Kerja Profesi Selama menjalani kerja profesi di NibrasCorp, praktikan memperoleh berbagai keterampilan penting dalam bidang pemasaran digital, khususnya di bagian pengelolaan media sosial dan perencanaan konten. Pembelajaran ini mencakup beberapa aspek utama, yaitu:

Dari sisi Manajemen Konten Digital, praktikan mengembangkan keterampilan dalam merancang dan mengelola content plan mingguan yang berfungsi sebagai panduan kerja dalam menjalankan kampanye digital. Praktikan belajar menentukan tema harian, menyusun caption yang sesuai target audiens, serta menjadwalkan waktu unggah konten agar tetap konsisten dan efektif dalam menjangkau pengguna media sosial.

Dalam Produksi dan Penjadwalan Konten, praktikan terbiasa membuat materi 30 visual sederhana menggunakan tools seperti Canva, lalu mengintegrasikannya ke dalam content plan. Praktikan juga mempelajari cara menyusun konten yang tetap informatif meskipun dengan keterbatasan visual, serta menyusun konten yang mudah disesuaikan dengan kebutuhan promosi maupun branding.

Dari aspek Pengelolaan Masalah Operasional, praktikan menghadapi kendala kurangnya personel di tim Digital Marketing. Untuk mengatasi hal ini, praktikan mengambil inisiatif menjalankan sebagian besar proses pembuatan dan penjadwalan konten secara mandiri menggunakan content plan, agar kegiatan promosi tetap berjalan meskipun dalam keterbatasan sumber daya.

Dalam hal Kolaborasi dan Adaptasi, praktikan juga belajar menyesuaikan strategi konten terhadap perubahan algoritma media sosial. Praktikan bekerja sama dengan tim untuk menganalisis performa konten dan melakukan penyesuaian gaya penyampaian agar tetap relevan dan menjangkau audiens secara maksimal. Pengalaman ini tidak hanya memperkuat pemahaman praktikan

terhadap konsep pemasaran digital, tetapi juga membentuk sikap mandiri, inisiatif, dan tanggung jawab dalam menjalankan tugas di lingkungan kerja yang dinamis. Keterampilan ini diharapkan menjadi bekal penting dalam menghadapi tantangan dunia kerja yang semakin berkembang di era digital.

31 BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN 4.1 Kesimpulan

Selama menjalani program kerja profesi selama enam bulan di NibrasCorp, praktikan menghadapi beragam tantangan sekaligus memperoleh pengalaman berharga yang sangat relevan untuk pengembangan karier di bidang pemasaran digital. Tantangan utama yang dihadapi meliputi penyesuaian terhadap ritme kerja di lingkungan industri kreatif, keterbatasan sumber daya tim dalam mengelola media sosial perusahaan, serta adaptasi terhadap dinamika platform digital seperti perubahan algoritma dan tren konten. Praktikan juga dituntut untuk mampu menjalankan tugas secara mandiri, terutama dalam merancang dan mengelola content plan di tengah keterbatasan personel yang tersedia. Melalui proses ini, praktikan meningkatkan kemampuan manajemen waktu, kreativitas, serta keterampilan komunikasi visual dan verbal. Praktikan belajar menyusun strategi konten yang menarik dan relevan, menyederhanakan materi promosi menjadi format digital yang informatif, serta menjaga konsistensi branding di berbagai kanal media sosial. Praktikan juga mengasah kemampuan teknis melalui penggunaan alat bantu seperti Canva dan platform penjadwalan konten, yang mendukung efisiensi kerja meski dengan sumber daya terbatas. Selain itu, praktikan belajar pentingnya fleksibilitas dan analisis data dalam merespons perubahan algoritma media sosial agar kampanye digital tetap menjangkau audiens secara efektif. Pengalaman ini memperkuat pemahaman praktikan terhadap hubungan antara teori pemasaran dan praktik langsung di dunia kerja. Berikut beberapa kesimpulan yang dapat diambil oleh praktikan setelah menyelesaikan program kerja profesi di NibrasCorp:

1. Praktikan dapat memahami cara kerja digital marketing, mulai dari proses perencanaan hingga pembuatan konten yang menarik, serta mampu menyusun content plan secara terstruktur.
2. Praktikan dapat mengasah

keterampilan teknis dalam pembuatan video grafis melalui platform CapCut dan memahami pentingnya menjaga komunikasi serta hubungan baik dengan mitra melalui pembuatan permintaan konten yang menarik. 3. Praktikan dapat meningkatkan kemampuan dalam menciptakan konten digital yang menarik dan relevan, serta membentuk sikap profesional seperti kreativitas, ketelitian, dan tanggung jawab dalam bekerja. 4.2 SARAN Praktikan menyusun beberapa saran yang ditujukan kepada NIBRASCORP, Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Jaya, dan mahasiswa yang akan melaksanakan kerja profesi di masa mendatang. Berikut adalah rekomendasi yang dapat dipertimbangkan untuk meningkatkan kualitas pelaksanaan kerja profesi

4.2.1 Bagi Perusahaan 1. NibrasCorp disarankan untuk meningkatkan fasilitas dan akses terhadap data pemasaran seperti laporan penjualan, data pelanggan, serta materi promosi sebelumnya. Ketersediaan data ini akan sangat membantu peserta kerja profesi dalam memahami kondisi pasar, menyusun strategi, dan memberikan ide-ide yang relevan selama program berlangsung. 2. Sebaiknya perusahaan memberikan pelatihan awal mengenai alur kerja di divisi marketing, penggunaan tools digital untuk kampanye pemasaran, serta pemahaman dasar tentang strategi promosi dan branding. Dengan demikian, peserta kerja profesi dapat lebih cepat beradaptasi dan memberikan kontribusi yang lebih maksimal sejak awal penempatan. 3. Perusahaan diharapkan memberikan lebih banyak kesempatan bagi peserta kerja profesi untuk mengikuti pelatihan internal, seminar, atau workshop yang relevan dengan bidang pemasaran 33 digital, komunikasi brand, dan analisis pasar. Hal ini akan memperluas wawasan serta meningkatkan keterampilan teknis dan soft skill peserta.

4.2.2 Bagi Universitas Pembangunan Jaya 1. Disarankan agar pihak universitas memberikan pembekalan teknis sebelum pelaksanaan magang dimulai, khususnya untuk mahasiswa yang akan ditempatkan pada divisi digital marketing 2. Pihak program studi diharapkan dapat menjalin komunikasi yang lebih intensif dengan perusahaan mitra agar pelaksanaan magang dapat terpantau 3. Universitas juga dapat memfasilitasi forum refleksi pasca-magang agar

mahasiswa dapat membagikan pengalaman dan tantangan yang dihadapi, serta menjadikan pengalaman tersebut sebagai bahan evaluasi bersama. 4.2.3 Bagi Praktikan 1. Mahasiswa yang akan melaksanakan Kerja Profesi di NibrasCorp, khususnya pada divisi Digital Marketing, disarankan untuk mempersiapkan diri dengan baik dalam hal penguasaan tools digital seperti Canva, CapCut, Google Drive, dan platform media sosial (Instagram, TikTok, dan YouTube). Pemahaman dasar mengenai content plan, copywriting, serta alur produksi konten akan sangat membantu dalam proses adaptasi. 2. Penting untuk memiliki sikap disiplin, tanggung jawab, serta terbuka terhadap masukan dari pembimbing lapangan maupun tim. Mahasiswa juga diharapkan aktif bertanya, mencatat dengan rinci setiap arahan pekerjaan, serta menunjukkan inisiatif dalam menyusun ide atau konsep konten yang sesuai dengan brand Nibras. 3. Kemampuan menjaga etika kerja dan menjalin komunikasi yang baik sangat berpengaruh terhadap kenyamanan dan kelancaran selama proses kerja profesi. Mahasiswa perlu bersikap sopan, menghargai pendapat rekan kerja, serta mampu bekerja sama dalam tim agar tercipta suasana kerja yang positif dan produktif di lingkungan divisi Digital Marketing



REPORT #27418011

Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	0.6% nbrscorp.co.id https://nbrscorp.co.id/company-profile	●
INTERNET SOURCE		
2.	0.57% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/9643/13/BAB%20III.pdf	●
INTERNET SOURCE		
3.	0.3% eprints.upj.ac.id https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/10607/13/13.%20BAB%203%20kti-22-34.pdf	●
INTERNET SOURCE		
4.	0.3% repository.uin-suska.ac.id http://repository.uin-suska.ac.id/71655/1/GABUNGAN%20SKRIPSI%20KECUALI%..	●
INTERNET SOURCE		
5.	0.23% repository.unj.ac.id http://repository.unj.ac.id/29110/1/Skripsi_Mohammad%20Ulil%20Amri_531512..	●
INTERNET SOURCE		
6.	0.19% core.ac.uk https://core.ac.uk/download/pdf/159372001.pdf	●
INTERNET SOURCE		
7.	0.18% sikap.unida.gontor.ac.id https://sikap.unida.gontor.ac.id/simak-magang/download?id=ab169dea-ea20-4...	●