

BAB II TINJAUAN UMUM TEMPAT KERJA PROFESI

2.1 Sejarah Perusahaan



Gambar 2.1 Logo The Hatch Indonesia

The Hatch Indonesia merupakan *talent incubator* dan *satelite agency* yang membantu fresh graduates, mahasiswa/i, freelancer dan generasi muda lainnya dalam mengembangkan pengetahuan dan keterampilan sebagai seseorang yang profesional dalam bidang digital marketing. Memberikan kesempatan para siswanya untuk terjun langsung ke dunia industri digital. The Hatch Indonesia berdiri tahun pada tahun 2017 yang berlokasi di Jl. Darmawangsa IIA No.11A, Kebayoran Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta (Thehatch.id, 2017)

Hadirnya The Hatch Indonesia karena melihat dari permasalahan yang dihadapi oleh industri saat ini, kebutuhan untuk seorang talent sangat besar. Tetapi sangat di sayangkan, dari ribuan lulusan perguruan tinggi di Indonesia tidak siap untuk bekerja karena kurangnya pengalaman yang dimiliki. Sedangkan industri membutuhkan para fresh graduate untuk bisa masuk ke dalam industri, tetapi karena para lulusan baru masih belum siap. Maka industri perlu melakukan training sekitar 3 sampai dengan 6 bulan, dan memperebutkan talent yang siap untuk terjun langsung ke dunia kerja. Kemudian, melihat *fresh graduate* yang masih belum diserap oleh

industri karena kurikulum yang masih belum memenuhi kebutuhan, sebab banyaknya teori yang didapatkan ketimbang praktek (Thehatch.id, 2017).

Berdasarkan hal tersebut, The Hatch Indonesia hadir untuk mengembangkan karier para mahasiswa/i, fresh gradute, freelancer, dan generasi muda lainnya. Agar bisa diterima oleh industri setelah menerima program pembelajaran yang diberikan oleh The Hatch Indonesia, program yang berikan menyesuaikan dengan kebutuhan yang diperlukan oleh industri khususnya digital teknologi. Dalam program ini nantinya talent akan diberikan pekerjaan serius sesuai dengan posisi yang diminati, serta mendapatkan penghasilan tambahan setelah lulus dari program yang diberikan oleh The Hatch Indonesia (Thehatch.id, 2017).

The Hatch Indonesia memiliki visi yaitu “sebagai Indonesia *Talent Transformation* dengan perencana bahwa pendidikan dan karier adalah hak untuk seluruh anak di Indonesia”. Dalam hal ini, sebagai *Digital Career Development Partner*. The Hatch Indonesia memberikan pengetahuan dan edukasi dalam bentuk *Online Class* yang berisikan tentang *Educational Learning, Social Learning, dan Experiential Learning* pada *Digital Marketing* (Thehatch.id, 2017).

Program pelatihan yang dimiliki oleh The Hatch Indonesia untuk menambah pengalaman serta wawasan dalam bidang pemasaran digital, memiliki posisi yang tersedia dalam program pelatihan di The Hatch Indonesia yaitu *digital strategist, account executive, media planner, graphic designer, technology, social & content*. Dalam melaksanakan program latihan tersebut, The Hatch Indonesia bekerja sama dengan universitas. Universitas yang telah bekerja sama dengan The Hatch Indonesia adalah Universitas Telkom, Vokasi Humas Universitas Indonesia, Universitas Mercu Buana, Sekolah Multimedia Trisakti, dan Fakultas Ilmu Komunikasi Padjajaran. Saat ini, The Hatch Indonesia memiliki 59 talent yang sedang dilatih untuk menambah wawasan dan pengalaman dalam pemasaran digital (Hendaryani, 2020).

The Hatch Indonesia telah mengurus sekitar 25-30 proyek kerja sama dari perusahaan, *brand, UMKM* dalam layanan pemasaran digital. Berdasarkan hal tersebut, proyek kerja sama yang dilakukan dapat membantu para talent untuk bisa mempraktikkan ilmu yang didapatkan dari pelatihan serta bangku perkuliahan. Menambahkan wawasan serta pengalaman kerja secara profesional dan dapat

menambah tabungan portofolio para talenta. Berikut ini adalah beberapa perusahaan yang telah bekerja sama dengan The Hatch Indonesia (Hendaryani, 2020).



Gambar 2.2 Business Partner
Sumber: Website The Hatch Indonesia

Kepercayaan yang didapatkan dari universitas dan perusahaan rekanan The Hatch Indonesia, dihasilkan dari komunikasi dan koordinasi antara para talent dengan tim dan karyawan. The Hatch Indonesia sebagai tim kontrol dari seluruh kegiatan serta hasil kerja para talenta sehingga bisa memenuhi kebutuhan klien (Hendaryani, 2020).

Pengalaman bekerja secara real sangat dibutuhkan mahasiswa agar siap terjun ke dalam dunia industri, dilansir dari Good News From Indonesia. Universitas Mercu Buana Jakarta melakukan kerja sama dengan ILONA yaitu sebuah grup yang memiliki fokus dalam bidang *sustainable social impact* dengan program yang dipunya yaitu akselerasi *talent* dari kampus yang bernama The Hatch. Program ini di dukung penuh oleh Rektor Universitas Mercu Buana Dr. Ir Arisetyanto Nugroho, MM, menurutnya terkadang institusi di dunia pendidikan tidak selalu bisa menyediakan program khusus untuk melatih keterampilan ini dalam kurikulum. Universitas Mercu Buana ditunjuk sebagai universitas pertama yang menjalankan kerja sama dengan The Hatch Indonesia yang nantinya para mahasiswa yang mengikuti program ini nantinya akan benar benar dihadapkan langsung dengan klien dan proyek serius dengan struktur, mekanisme, dan alur kerja yang juga diadopsi dari sebuah perusahaan digital marketing agency. Sehingga bisa merasakan langsung bagaimana melaksanakan dan bekerja di perusahaan digital marketing (Budi, 2017).

Berikut ini adalah tugas dari setiap posisi yang ada dalam struktur perusahaan:

- **CEO (*Chief Executive Officer*)**

Memiliki peran sebagai pembuat keputusan akhir tingkat tinggi tentang sebuah kebijakan, keputusan serta mengatur, mengawasi dan memimpin jalannya perusahaan sehari-hari.

- ***Managing Director***

Mempunyai peran untuk mengawasi serta membimbing setiap divisi yang ada, dan membuat perencanaan jangka panjang dan jangka pendek dalam semua aspek. Serta memastikan target pemasaran dan operasional telah terpenuhi.

- ***Finance***

Bertindak sebagai pengatur keuangan perusahaan, melakukan penginputan segala transaksi keuangan perusahaan. Mengontrol aktivitas keuangan atau transaksi perusahaan serta membuat laporan aktivitas keuangan yang ada di perusahaan.

- ***People Development***

Memiliki peran sebagai pengembangan karyawan yang meliputi kebutuhan, perilaku, personalia, penggajian, perekrutan dan kemampuan. Meningkatkan loyalitas dan performa karyawan agar mampu mengembangkan komitmen dalam manajemen karier yang efektif.

- ***Account***

Mempunyai peran untuk menjalin sebuah komunikasi antara perusahaan dengan klien dalam menjalin kerja sama. Mengawasi dan mengkoordinasikan tim agar bisa memenuhi target proyek bersama klien.

- ***Technology***

Memiliki tanggung jawab atas keseluruhan rencana, pelaksanaan, dan keberhasilan perangkat lunak untuk menunjang kebutuhan dalam bidang teknologi.

- ***Strategy***

Mempunyai peran untuk menyusun dan merencanakan sebuah konsep ide pemasaran online di ranah digital secara keseluruhan. Menghubungkan

antara kebutuhan, tujuan bisnis dan audiens kampanye. Kemudian mengawasi pergerakan kampanye guna memastikan kampanye berjalan sesuai rencana dan jadwal.

- **Analyst**

Bertindak sebagai penafsir data serta menganalisa hasil menggunakan sebuah teknik statistik. Mengembangkan dan mengimplementasikan data base yang mengoptimalkan efisiensi dan kualitas data. Memprioritaskan kebutuhan bisnis serta informasi untuk menentukan sebuah peluang peningkatan sebuah proses baru.

- **Creative**

Mempunyai peran untuk membuat dan mengembangkan ide yang dapat digunakan dalam berbagai platform untuk mendukung kampanye. Memiliki peran untuk menerjemahkan tujuan pemasaran klien menjadi strategi yang kreatif, serta dapat memastikan sebuah standar komunikasi visual dalam proyek yang dibuat dapat terpenuhi.

- **Content & Social Media**

Mempunyai peran untuk mengembangkan *content plan* yang sesuai dengan identitas *brand* dalam media sosial. Membuat konten yang memiliki value serta konsisten di berbagai platform media sosial. Merekomendasikan dan memberikan saran untuk strategi social media.

- **Optimization**

Memiliki peran atas semua hal yang berhubungan dengan pemasaran serta branding produk secara digital. Membuat perencanaan promosi, merancang distribusi konten kampanye marketing di media sosial. Memberikan informasi dan dukungan ke audiens, serta meningkatkan brand awareness. Mempelajari tentang perilaku, karakteristik, dan apa yang dibutuhkan audiens. Serta membentuk talenta yang mampu diserap oleh industri, mengembangkan komunitas dengan komunitas *skill up* yaitu Hatchnesia.

2.2.1. Hatchnesia

Hatchnesia merupakan tempat untuk mengembangkan keterampilan dan wawasan untuk bisa kompeten di dunia digital. Di sini para talenta menerima *real project* dan klien serta bisa mendapatkan pengalaman langsung dalam menjalankan sebuah pekerjaan di dunia digital marketing. Hatchnesia dibuat untuk bisa berkontribusi, kolaborasi, berdiskusi dan networking (Susanto, 2021).

Pada Hatchnesia ini praktikan melakukan kerja profesi sebagai *social media specialist* sekaligus menjadi pengelola *key opinion leader*. Praktikan memiliki tugas yaitu membuat konten di media sosial Hatchnesia dari perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi pada media sosial Hatchnesia. Praktikan juga mencari key opinion leader serta komunitas-komunitas yang berhubungan dengan kampanye yang sedang dijalankan. Serta praktikan juga memiliki peran yang berhubungan dengan merancang perencanaan dan distribusi konten kampanye marketing di media sosial klien dengan mempelajari karakteristik dan perilaku audiens untuk keperluan sebuah kampanye. Pada perencanaan kampanye ini praktikan membantu perencanaan media sosial klien seperti Florence, Vicks, Fortifit, dan BAZNAS.

2.3 Kegiatan Umum Perusahaan

The Hatch Indonesia adalah sebuah inkubator talent berupa *digital marketing agency* yang memiliki tujuan untuk meningkatkan kapabilitas para mahasiswa agar siap untuk kerja di dunia industri setelah menyelesaikan studi. Hatchkit Classes merupakan sebuah rangkaian kelas yang berkaitan dengan pengetahuan dan kemampuan tertentu dengan materi yang saling berhubungan antara kelas satu dan lainnya. Hatchkit memiliki *assessment*, *mentoring*, dan *final project*. Dalam hal ini, sebagai *Digital Career Development*. The Hatch memberikan pembelajaran atau edukasi melalui *online class* yang berisikan tentang *Educational Learning* yaitu pembelajaran yang berlandaskan teori dan kasus dalam sebuah industri untuk membentuk dan membangun fundamental dalam setiap posisi profesi. *Social Learning* yaitu pembelajaran dalam bentuk *Mentoring*, *Coaching*, *Observasi*, dan *Shadowing* sebagai bagian dalam sebuah persiapan karier. *Experiential Learning* yaitu pembelajaran untuk bisa menjalankan serta mengelola proyek yang datang dari

kasus yang terjadi dalam dunia industri, sehingga talent dapat lebih siap untuk ditempatkan dan menjadi bagian dari dunia industri (Thehatch.id, 2017).

Sebagai talent Incubator, *talent* The Hatch Indonesia akan terlibat langsung dengan real client dan real project melalui sebuah struktur, mekanisme dan flow kerja di digital marketing agency. Hingga saat ini, The Hatch Indonesia telah mengurus sekitar 25 -30 proyek kerja sama dengan perusahaan dalam menyampaikan pesan promosi dan pemasaran digital. Para talent bisa merasakan langsung bekerja dalam menjalankan sebuah perusahaan digital marketing (Hendaryani, 2020).

Diharapkan dalam jangka panjangnya, The Hatch Indonesia dirancang untuk menjadi fondasi serta ekosistem yang kuat bagi penyiapan dan penyaluran talent ke dunia industri yang kumpulkan di dalam talent pool dengan basis data performa tiap individu yang solid (Thehatch.id, 2017).