

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Pada saat ini, kehidupan masyarakat tidak dapat terlepas dari kemajuan teknologi. Mengingat pada zaman ini, teknologi berkembang cukup pesat dan semakin canggih. Internet yang sudah tidak asing di tengah-tengah masyarakat merupakan salah satu wadah yang digunakan pada perkembangan teknologi informasi saat ini. Seiring berkembangnya waktu, penggunaan Internet di Indonesia sudah semakin luas. Dilansir dari databoks.katadata, dikatakan bahwa masyarakat yang menggunakan internet pada tahun 2019 diprediksi akan bertambah sebanyak 12,6% yaitu menjadi 107,2 juta pengguna. Pada databoks.katadata juga dikatakan bahwa Indonesia merupakan negara dengan pengguna internet terbanyak ketiga di Asia (Jayani, 2019).

Internet sendiri tentu memiliki sejarah selama perkembangannya. Internet muncul pada tahun 1969 di Amerika Serikat yang pada awalnya digunakan untuk mengatasi masalah jika terjadi serangan nuklir demi kepentingan militer Amerika Serikat. Sedangkan di Indonesia sendiri internet muncul pada sekitar awal tahun 1990-an yang lebih dikenal dengan nama Paguyuban *Network* yang digambarkan dengan budaya kekeluargaan dan gotong royong. Lalu berkembang menjadi *internet service provider* yang diciptakan oleh dosen di Universitas Indonesia yang bernama IndoNet dan awalnya bermode teks dengan *shell account*, *browser lynx* serta *email client* pada *server AIX* (Devi, 2019). Selanjutnya, tahun 2000 merupakan titik awal internet semakin berkembang, pada tahun ini pun menjadi titik awal berkembangnya jejaring sosial. Seperti Facebook. Pada tahun 2009, perkembangan internet semakin didukung dengan diluncurkannya *smartphone* salah satunya Apple yang meluncurkan Iphone. Selanjutnya, pada tahun 2010 jejaring sosial semakin berkembang dengan munculnya Pinterst dan Instagram. Pada tahun 2011, jejaring sosial Twitter dan Facebook, mulai menyebar dan berkembang pesat ke wilayah Timur Tengah.

Pada tahun 2012, Presiden Amerika Serikat, Barack Obama mengumumkan untuk memberlakukan aturan baru mengenai pengawasan konten dari hak cipta. Tentu saja, keputusan dari Barack Obama menentang keberadaan undang-

undang mengenai pengurangan kebebasan dalam berekspresi. Pada tahun 2015, pengguna jejaring sosial Instagram sudah melebihi Twitter dengan mencapai angka 400 Juta pengguna. Pada tahun 2016, perkembangan internet semakin maju dengan adanya program asisten pribadi yang diaktifkan melalui suara. Seperti Google Assistant yang dimiliki oleh Google, Siri milik Apple, dan Cortana dari Microsoft. Tentu saja, internet sudah berkembang pesat dengan melalui fase yang cukup panjang. Hingga sekarang, internet semakin mudah diakses dimana saja dan kapan saja. Internet pun semakin dibutuhkan oleh orang-orang dalam menjalankan aktivitas, tidak terkecuali oleh generasi milenial yang tidak bisa lepas dari internet (Devi, 2019).

Dari adanya perkembangan teknologi yang serba cepat ini, menurut Menristekdikti, masyarakat khususnya mahasiswa diharuskan untuk “melek” teknologi dan mengikuti perkembangan zaman yang serba cepat ini untuk dapat terus beradaptasi, berpikir kreatif dan berinovasi. Selain itu, Mahasiswa juga harus dapat menghadapi dunia kerja dari adanya perkembangan teknologi yang pesat ini (LLDikti1, 2019). Di Universitas Pembangunan Jaya mewajibkan para mahasiswanya untuk mengikuti Kerja Profesi, dengan tujuan untuk menyiapkan kompetensi mahasiswa agar lebih siap dengan kebutuhan zaman. Kerja Profesi dianggap penting oleh praktikan karena dunia pekerjaan sendiri merupakan salah satu sektor yang sangat berdampak dengan adanya perkembangan teknologi. Jika mahasiswa tidak dapat menghadapi dunia kerja, maka akan sulit untuk siap bersaing sesuai dengan kebutuhan zaman.

Salah satu program studi yang menerapkan kewajiban untuk melakukan praktik atau kegiatan Kerja Profesi sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana yaitu Ilmu Komunikasi. Mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi diwajibkan mengikuti praktik Kerja Profesi yang sesuai dengan bidang Ilmu Komunikasi. Salah satu minor dari program studi ini ialah Hubungan Masyarakat (*Public Relations*). *Public relations* atau Hubungan Masyarakat dapat diartikan sebagai fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat di antara organisasi dengan publik yang dapat memengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut (Cutlip, S., Center, S., & Broom, G., 2011).

Praktikan sebagai Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Jaya, dengan minor *public relations* atau Hubungan Masyarakat. Telah melakukan dan menyelesaikan mata kuliah yang terkait dengan kegiatan *public relations* yaitu melalui komunikasi media baru seperti yang dipelajari pada mata kuliah Penulisan Hubungan Masyarakat, Produksi Hubungan Masyarakat, dan Strategi dan Taktik Hubungan Masyarakat. Pada ketiga mata kuliah yang sudah dipelajari. Pada dasarnya mempelajari bagaimana sebuah proses komunikasi yang dilakukan melalui media baru atau yang sering disebut melalui *digital*. Komunikasi tersebut dilakukan agar dapat menjangkau seluruh pihak yang terlibat pada suatu organisasi. Selama melakukan kegiatan perkuliahan tersebut, praktikan selalu diberikan tugas mengenai strategi komunikasi berbasis digital yang diimplementasikan dari berbagai teori dan konsep yang sudah dipelajari pada semester sebelumnya. Setelah praktikan berhasil lulus mempelajari seluruh mata kuliah tersebut, praktikan sudah mempunyai pengetahuan yang cukup, praktikan memiliki ketertarikan untuk melakukan kegiatan Kerja Profesi pada perusahaan yang mengimplementasikan strategi komunikasi berbasis *digital*.

Munculnya Youtube, Facebook, Twitter, Instagram, TikTok dan platform media sosial lainnya menjadi bukti bahwa internet pada saat ini merupakan salah satu wadah dalam mengimplementasikan strategi komunikasi berbasis *digital*. Melalui *platform-platform* tersebut juga, lahirlah banyak pekerjaan yang dahulu belum pernah ada seperti *influencer/KOL*, *content creator*, *social media expert* dan lain-lain. *Influencer* merupakan seseorang yang pendapatnya biasanya dipercaya oleh para pengikutnya di media sosial karena dianggap ahli dalam suatu bidang tertentu atau yang ditekuni.

Peran *influencer* sangat besar terutama dalam bidang Ilmu Komunikasi. *Influencer* memiliki fungsi dan hubungan yang penting khususnya dengan *public relations*. *Influencer* memiliki fungsi untuk dapat memaksimalkan pesan kampanye yang ingin disampaikan oleh seorang *public relations* melalui program-program yang diciptakannya. Selain itu, *influencer* juga dapat membantu para pemilik *brand* atau perusahaan, untuk mempromosikan *brand*, produk, layanan yang hendak ditawarkan ataupun memeriahkan kampanye yang sedang dijalankan oleh suatu *brand* atau perusahaan. *Influencer Management* sendiri merupakan suatu strategi yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengatur inisiatif atau cara pemasaran perusahaan tersebut dengan para *Influencer* yang bernaung atau tergabung dalam

manajemen perusahaan, serta *audiens* dari para *influencer* tersebut. Selain itu, perusahaan harus dapat mengidentifikasi, memetakan, merencanakan, dan melibatkan para *influencer* dalam semua keperluan pemasaran agar nantinya para *influencer* dapat menyampaikan pesan promosinya dengan baik kepada target market yang telah ditetapkan oleh perusahaan (Oliver, 2021). Terutama audiens atau pengikut dari para *influencer* itu sendiri di media sosial.

Salah satu perusahaan yang mengadaptasikan strategi komunikasi berbasis *digital* dalam setiap kegiatannya yaitu PT. Shopee International Indonesia (Shopee Indonesia) yang merupakan salah satu perusahaan *e-commerce* terbesar di Indonesia. PT. Shopee International Indonesia (Shopee Indonesia) merupakan salah satu perusahaan *e-commerce* yang menggunakan strategi *digital marketing* khususnya dalam kampanye yang bertujuan untuk meningkatkan *Brand Awareness* Sobat Shopee (Konsumen) terhadap *e-commerce* Shopee. *Influencer Management* yang dilakukan oleh PT. Shopee International Indonesia (Shopee Indonesia) yaitu menggunakan *channel* Affiliate Program yang bernama Shopee Affiliate Program. Program ini merupakan program yang diciptakan oleh PT. Shopee International Indonesia (Shopee Indonesia) untuk menangani para *influencer* khususnya Nano *Influencer* atau *Influencer* yang memiliki pengikut di media sosial sebanyak 1K s/d 10K.

Maka dari itu, Praktikan mengambil posisi sebagai Marketing Affiliate (*Influencer Management*) di PT. Shopee International Indonesia (Shopee Indonesia) pada praktik Kerja Profesi ini untuk dapat mengimplementasikan kemampuan praktikan dalam bidang *digital marketing* yang merupakan salah satu kegiatan profesi *Public Relations* yang sebelumnya belum pernah dilakukan saat di perkuliahan. Praktikan juga bertugas dalam mengelola para *influencer* untuk kebutuhan kampanye-kampanye Shopee Affiliate Program. Selain itu, alasan praktikan memilih PT. Shopee International Indonesia menjadi tempat praktik Kerja Profesi praktikan ialah praktikan ingin mengetahui dan mempelajari bagaimana pengelolaan *influencer* dalam kampanye yang dijalani oleh perusahaan *e-commerce* seperti PT. Shopee International Indonesia.

## 1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi

### 1.2.1 Maksud Kerja Profesi sebagai Marketing Affiliate atau *Influencer Management* di PT. Shopee International Indonesia (Shopee Indonesia)

- A. Mempelajari profesi kegiatan *public relations (Marketing Communication)* khususnya pada bidang *digital marketing strategy* pada perusahaan *e-commerce* multinasional (Shopee Indonesia).
- B. Mempelajari serta memahami kegiatan *Influencer Management* yang dilakukan pada perusahaan PT. Shopee International Indonesia (Shopee Indonesia) yang berada di bawah tanggung jawab Marketing Affiliate Team.
- C. Mempelajari tahapan untuk mengkonfirmasi apakah *Influencer* yang mendaftar pada Shopee Affiliate Program sesuai dengan kriteria yang ditentukan oleh perusahaan atau tidak dilihat dari akun media sosial yang didaftarkan.
- D. Mempelajari serta menganalisis data pada pelaksanaan *Influencer Management* setiap *campaign* yang dijalani oleh PT. Shopee International Indonesia (Shopee Indonesia) seperti *Big Campaign*, *Monthly Campaign*, dan *Secondary Campaign*.
- E. Mempelajari serta menganalisis data pada pelaksanaan *Influencer Management* sebagai bahan evaluasi untuk peningkatan Shopee Affiliate Program.
- F. Melatih kemampuan berkomunikasi bersama tim dengan dua Bahasa yaitu Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris (bilingual).
- G. Meningkatkan wawasan, pengetahuan, keterampilan dalam dunia kerja profesional, dan pengalaman terkait *Influencer Management* pada perusahaan *e-commerce* multinasional (Shopee Indonesia).

### 1.2.2 Tujuan Kerja Profesi

- A. Mendapatkan pengalaman bekerja sebagai Marketing Affiliate atau *Influencer Management* di perusahaan *e-commerce* multinasional.
- B. Memperoleh pengetahuan mengenai bidang *digital marketing strategy* dan *Influencer Management* di perusahaan *e-commerce* multinasional.

- C. Mengetahui secara langsung bagaimana bekerja dan membangun relasi yang baik dengan para *Influencer*
- D. Memperoleh pengetahuan mengenai negosiasi dengan berbagai pihak.
- E. Mendapatkan kesempatan untuk mengasah *soft skill* seperti *public speaking* dan keterampilan Microsoft Office.

### 1.3 Tempat Kerja Profesi

Tempat pelaksanaan kerja profesi yang dilakukan oleh praktikan adalah PT. Shopee International Indonesia (Shopee Indonesia) yang berlokasi di Pacific Century Place Tower Lt. 26 SCBD (Sudirman Central Business District) Lot 10, Jl. Jend. Sudirman No.52-53, RT.5/RW.3, Senayan, Kec. Kby. Baru, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12190. PT. Shopee International Indonesia merupakan perusahaan *e-commerce* multinasional yang diluncurkan pada tahun 2015. Bagi pengguna internet di seluruh wilayah, Shopee menawarkan pengalaman berbelanja *online* dengan berbagai pilihan produk, komunitas sosial, dan jasa fulfillment yang praktis. Shopee juga merupakan perusahaan *e-commerce* yang percaya pada kekuatan transformatif teknologi dan ingin mengubah dunia menjadi lebih baik dengan menyediakan *platform* untuk menghubungkan pembeli dan penjual dalam satu komunitas (Shopee, 2021)

Alasan praktikan memilih PT. Shopee International Indonesia sebagai perusahaan untuk menjalankan praktik kerja profesi adalah karena PT. Shopee International Indonesia merupakan perusahaan *e-commerce* multinasional No. 1 se-Indonesia. Selain itu, PT. Shopee International Indonesia merupakan perusahaan yang sangat menghargai karyawan dengan memberikan kesempatan bagi karyawannya untuk mengembangkan dan meningkatkan keterampilan mereka. PT. Shopee International Indonesia juga menyediakan lingkungan kerja yang dinamis untuk mempromosikan budaya kerja yang kolaboratif. PT. Shopee International Indonesia juga menyediakan peluang kepada mahasiswa seperti praktikan untuk berkembang dalam lingkungan yang dinamis sebagai seorang peserta magang. Selain itu, praktikan juga ingin bekerja di perusahaan *e-commerce* yang mengimplementasikan budaya belajar seperti PT. Shopee International Indonesia. Kemudian alasan praktikan memilih Departemen Marketing pada unit Marketing Affiliate (*Influencer Management*) karena ingin

menambah pengalaman bekerja di industri *start-up* khususnya *e-commerce* multinasional agar dapat menghadapi perubahan dan perkembangan teknologi di masa mendatang.

#### 1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Tabel 1.1 Perencanaan Waktu Kerja Profesi

No	Kegiatan	Bulan																											
		Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agust				Sept			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Memproduksi CV, Portofolio, dan Cover Letter																												
2	Mencari lowongan magang di Internet																												
3	Mengirim Lamaran																												
4	Membuat Surat Pengantar dari Universitas																												
5	Mengirim CV, Portofolio, Cover Letter dan Surat Pengantar Ke Prambors Radio																												
6	Melakukan Interview dengan Iprahumas Indonesia																												
7	Mengirim CV, Portofolio, Cover Letter dan Surat Pengantar Ke PT. Shopee International Indonesia																												
8	Melakukan Interview dengan Recruiter Team PT. Shopee International Indonesia																												
9	Melakukan Interview dengan User PT. Shopee International Indonesia																												
10	Mendapatkan <i>offering</i> dari PT. Shopee International Indonesia																												
11	Pengumpulan dokumen keperluan karyawan baru/magang PT. Shopee International Indonesia																												
12	Pengambilan aset kantor dan penandatanganan surat perjanjian magang																												
13	Pelaksanaan Kerja Profesi																												
14	Pelaksanaan bimbingan Kerja Profesi																												
15	Pembuatan laporan Kerja Profesi																												

Pelaksanaan kegiatan Kerja Profesi pada program studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Jaya mengharuskan praktikan untuk melaksanakan kegiatan Kerja Profesi dengan jumlah minimal waktu kerja selama 400 jam atau dalam hitungan kurang lebih 3 bulan. Praktikan memulai kerja profesi di PT. Shopee International Indonesia pada 29 Juni 2021 sampai dengan 28 September 2021. Sebelum memulai kerja profesi di PT. Shopee International Indonesia,

praktikan mulai membuat CV, Portofolio, dan *Cover Letter* pada minggu ketiga dan keempat bulan Maret. Selanjutnya, praktikan mulai mencari lowongan magang melalui situs pencari kerja dan LinkedIn pada minggu kedua bulan April sampai dengan minggu ketiga bulan Juni. Pada minggu pertama bulan Juni, praktikan mengirim lamaran kepada Prambors Radio.

Sekaligus pada minggu pertama bulan Juni, praktikan membuat surat pengantar kerja profesi dari Universitas ditujukan kepada Prambors Radio. Di minggu yang sama, praktikan mendapat kesempatan untuk melakukan proses *interview* dengan Ipra Humas Indonesia. Pada minggu selanjutnya di bulan Juni, Praktikan terus melamar ke beberapa perusahaan yang membuka lowongan magang. Hingga pada minggu kedua bulan Juni, praktikan mengirim lamaran kepada PT. Shopee International Indonesia dan mendapat kesempatan melakukan proses *interview* dengan *recruiter team* di minggu yang sama dengan saat mengirim lamaran. Di minggu ketiga bulan Juni, praktikan lolos *interview* HR dan lanjut dengan *interview user*. Di minggu keempat bulan Juni pada tanggal 22 Juni 2021, praktikan mendapatkan *offering* oleh PT. Shopee International Indonesia dan mengambil asset kantor serta penandatanganan Surat Perjanjian Magang (SPM) pada 28 Juni 2021. Praktikan melaksanakan Kerja Profesi dengan sistem *work from home* dan *work from office* mulai dari tanggal 29 Juni 2021 hingga 28 September 2021. Praktikan melaksanakan Kerja Profesi pada hari Senin – Jumat mulai dari pukul 09.30 – 18.30 WIB. Namun, ketika ada tugas tambahan dari *reporting manager* (Pembimbing Kerja Profesi) yang harus diselesaikan praktikan melaksanakan Kerja Profesi hingga di atas pukul 18.30 WIB dengan status *Voluntary Work*.