

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Industri kreatif menjadi salah satu bidang yang berkembang pesat. Persaingan menjadi jamak. Keterampilan menjadi kuncinya, sehingga pelaku di bidang industry kreatif harus terus meningkatkan kapasitas diri. Kapasitas diri seseorang, dibagi menjadi soft skill dan hard skill. Ada banyak cara untuk mengembangkan soft skill dan hard skill bagi para pelaku industry kreatif atau pun pihak yang tertarik untuk berkecimpung di sana. Salah satunya dengan praktik bekerja.

Praktik bekerja adalah salah satu yang didapat dilakukan oleh pihak yang tertarik di industri kreatif. Keuntungan praktik bekerja di bidang ini adalah pembelajaran langsung dari praktisi ahli di bidangnya. Salah satu pihak yang dapat memanfaatkan kesempatan ini adalah mahasiswa. Mahasiswa membutuhkan pengalaman terjun langsung ke lapangan, karena mereka adalah pihak yang akan menekuni bidang tersebut setelah lulus nanti. Sebab, dilansir dari kementerian perdagangan RI (2009), industri kreatif merupakan industri yang berasal dari pemanfaatan keterampilan, kreativitas, dan bakat yang dimiliki individu dalam menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan, industri ini akan berfokus dalam memperdayakan daya cipta dan daya kreasi suatu individu.

Potensi industri kreatif juga berkembang di bidang media massa digital. Media massa digital menjadi sektor yang membutuhkan pekerja kreatif karena kebiasaan produksi pesan di media massa konvensional dan digital sangatlah berbeda. Sehingga, mahasiswa sebagai calon pekerja kreatif perlu Memiliki pengalaman sebelum terjun setelah lulus kuliah.

Seiring perkembangan zaman di era digital saat ini banyak media baru untuk mencari informasi. Salah satu media yang baru yang sering digunakan oleh masyarakat yaitu media sosial. Perkembangan media sosial saat ini sangat pesat

salah satu nya instagram yang digemari oleh pengguna media sosial. Media sosial selain digunakan untuk berinteraksi digunakan untuk berbisnis dan berpromosi pada perusahaan.

Saat ini perusahaan-perusahaan maupun instansi pemerintahan berlomba-lomba menggunakan media sosial untuk menjangkau khalayak yang lebih luas tidak hanya berupa informasi belaka namun juga berisi konten-konten yang tentu nya dibutuhkan masyarakat. Berdasarkan laporan terbaru Pada tahun 2020 disebutkan bahwa instagram menempati posisi ke 4 dengan presentase 79%.

Menurut data yang dihimpun oleh We Are social dan Hootsuite, dan dipublikasikan oleh datareportal.com, pengguna media sosial di Indonesia pada Januari tahun 2021 mencapai 61,8% dari jumlah populasi penduduk Indonesia. Ini merupakan jumlah yang besar mengingat sudah lebih dari setengah populasi masyarakat Indonesia menggunakan media sosial.

Sosial media memang sangat cocok untuk dijadikan sebagai media untuk promosi dan membantu sebuah brand usaha untuk memperkenalkan produk atau brandnya ke khalayak. Kemudahannya untuk digunakan juga menjadi suatu kelebihan yang bisa diunggulkan dan dipertimbangkan sebagai salah satu cara alternatif untuk melakukan promosi selain cara-cara konvensional.

Salah satu media sosial yang saat ini banyak digunakan adalah Instagram. Instagram saat ini seolah menjadi sebuah sosial media utama diantara sosial media lainnya. Masyarakat dapat menghubungkan sosial media lain dengan Instagram, dan dapat meletakkan link Instagram di sosial media lainnya, dari sinkronisasi ini menjadikan Instagram sebagai platform sosial media yang sangat mudah di akses.

Penggunaan sosial media yang begitu besar akhirnya juga membuka peluang bagi perusahaan pemilik aplikasi sosial media. Terbukti dengan fungsi sosial media yang dikembangkan seperti saat ini dengan layanan yang tidak hanya menjadi wadah bersosialisai antar individu atau kelompok, namun juga menyediakan platform bisnis yang mampu untuk memfasilitasi para penggunanya untuk melakukan kegiatan ekonomi seperti berbisnis, atau sekedar melakukan promosi. Media sosial seperti Instagram contohnya, yang pada akhirnya juga

memiliki platform untuk berbisnis atau berjualan, lengkap dengan fitur Ads yang membantu orang untuk beriklan dan mempromosikan usahanya. Di kondisi tertentu bahkan tidak perlu lagi memiliki toko atau tempat usaha secara fisik, semua bisa dilakukan secara digital, pelaku usaha hanya perlu memanfaatkan tempat seadanya di rumah untuk menyimpan stock barang dagangan yang akan ia jual. Pelaku usaha cukup membuka akun untuk berjualan di salah satu aplikasi E-Commers atau media sosial tertentu dan memulai usahanya dengan berjualan dan berbisnis secara online, termasuk melakukan promosi seperti discount, bahkan melakukan kegiatan diskusi atau tanya jawab dengan pelanggan cukup dengan satu aplikasi tersebut, Selain E-Commers terdapat berbagai macam platform digital lain yang tersedia untuk melakukan usaha salah satunya adalah media sosial, media sosial merupakan sebuah aplikasi yang pada dasarnya bertujuan menjadi wadah atau media setiap individu atau kelompok bersosialisasi satu sama lain secara daring atau online. Dengan media sosial setiap individu tidak perlu memusingkan perihal waktu atau tempat, karena setiap pengguna media sosial bisa berkomunikasi dengan pengguna lainnya setiap saat dan dimana saja.

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya bahwa sosial media hampir digunakan oleh seluruh masyarakat Indonesia, lebih dari setengah populasi penduduk Indonesia yang tercatat, mereka menggunakan sosial media. Penggunaan sosial media yang tinggi akhirnya mendorong para developer untuk terus berinovasi, agar platform mereka terus ramai digunakan oleh masyarakat, salah satunya dengan memunculkan fitur bisnis atau konten-konten yang menarik. Saat ini setiap orang bisa melakukan kegiatan menulis konten melalui sosial media terutama melakukan kegiatan promosi atau edukasi. Sosial media yang pada dasarnya merupakan tempat untuk bersosialisasi secara tidak langsung menjadikan sosial media sebagai tempat berkumpulnya orang-orang secara digital, posisi ini menjadikan mereka audience yang mudah didapat oleh setiap pelaku usaha untuk melakukan promosinya, dengan syarat mampu menarik perhatian mereka.

Sosial media memang sangat cocok untuk dijadikan sebagai media untuk promosi dan membantu sebuah brand usaha untuk memperkenalkan produk atau brandnya ke khalayak. Kemudahannya untuk digunakan juga menjadi suatu

kelebihan yang bisa diunggulkan dan dipertimbangkan sebagai salah satu cara alternatif untuk melakukan promosi selain cara-cara konvensional.

Salah satu sosial media yang saat ini banyak digunakan adalah Instagram. Instagram saat ini seolah menjadi sebuah sosial media utama diantara sosial media lainnya. Masyarakat dapat menghubungkan sosial media lain dengan Instagram, dan dapat meletakkan link Instagram di sosial media lainnya, dari sinkronisasi ini menjadikan Instagram sebagai platform sosial media yang sangat mudah di akses.

Instagram merupakan salah satu sosial media yang memiliki fitur Ads pengguna Instagram yang sudah memiliki akun dengan kategori bisnis bisa dan beriklan di Instagram. Untuk setiap iklan yang dilakukan tentunya dikenakan biaya, namun biaya yang harus ditanggung oleh orang yang beriklan relatif murah. Kelebihan-kelebihan yang dimiliki Instagram saat ini menjadikan Instagram sebuah sosial media yang menarik bagi para audiens, Namun penggunaan media digital seperti Instagram oleh sebagai media baru untuk melakukan kegiatan konten creator. Content creator sendiri adalah kegiatan menyebarkan informasi yang ditransformasikan kedalam sebuah gambar, video dan tulisan atau disebut sebagai sebuah konten, yang kemudian konten tersebut disebarkan melalui platform dan salah satunya adalah media sosial instagram. Berdasarkan hal tersebut, setiap perusahaan mengupayakan content creator untuk membuat konten di media sosial semenarik mungkin dalam menyebarkan informasi. Proses pembuatan konten inilah yang nantinya dilakukan oleh content creator di media sosial instagram. Dalam pembuatan konten di media sosial instagram, banyak sekali yang harus diperhatikan salah satunya konten harus dikemas semenarik mungkin baik dari isi konten itu sendiri maupun dari tampilan agar konten yang di post instagram dapat memberikan informasi dan hiburan kepada khalayak. Karenanya, dalam membuat konten memerlukan ide, kreativitas, inovasi, riset untuk mengetahui konten apa yang sedang digemari khalayak saat ini dan konsisten dalam membuat konten sehingga dibutuhkannya content creator dalam membuat konten di instagram.

Sosial media seperti Instagram yang digunakan sebagai media untuk melakukan kegiatan konten creator seperti kegiatan pemasaran, sudah menjadi

pengetahuan umum. Namun pada akhirnya dalam mengaplikasikannya belum semua orang optimal dan benar bahkan belum tentu bisa mengaplikasikannya. Selain penggunaan aplikasi itu sendiri, pembuatan konten visual, strategi komunikasi melalui caption, dan strategi marketing terkait konten pun juga. Penggunaan sosial media terutama Instagram juga dilakukan oleh salah satu brand yaitu Big Bins Coffee Roastery. Big Bins Coffee menjadikan Instagram sebagai media utama untuk melakukan kegiatannya melalui Instagram. Big Bins Coffee sendiri merupakan sebuah brand Café dan supplier biji kopi siap konsumsi. Produk dari Big Bins Coffee berupa minuman racikan kopi dan biji kopi yang siap dipakai untuk memenuhi kebutuhan cafe dan rumah. Big Bins Coffee sendiri masuk kedalam kategori UMKM, kegiatan bisnis mereka dilakukan di rumah dari pemilik usaha. Big Bins Coffee berdiri sejak tahun 2018 hingga saat ini. Dalam melakukan bisnisnya Big Bins Coffee Roastery membuka gerai atau toko untuk menjual produk-produknya, selain itu Big Bins Coffee juga mengandalkan E-Commers dalam memasarkan produknya. Sebagai upaya marketing atau kegiatan promosi Big Bins Coffee Roastery mengandalkan Instagram sebagai media untuk melakukan promosi dan juga melakukan konten-konten kreatif dan inovatif.

Umur Big Bins Coffee sendiri yang sudah menginjak tiga tahun menunjukkan Big Bins Coffee mampu bertahan dengan baik, bahkan brand ini mampu melewati masa pandemi yang banyak mematikan banyak unit usaha. Namun sayangnya eksistensi ini tidak diikuti dengan perencanaan marketing yang baik, Instagram sebagai media utama untuk melakukan kegiatan promosi tidak dimanfaatkan secara optimal. Usaha yang terletak di Serua, Tangerang Selatan seharusnya membuka peluang yang baik untuk Big Bins Coffee, melihat kondisi lingkungan yang pemanfaatannya cenderung sebagai pemukiman. Eksistensi brand Big Bins Coffee terutama di sekitar Tangerang Selatan sendiri tidak berkembang secara signifikan, mengingat kegiatan promosi yang jarang dilakukan.

## **1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi**

### **1.2.1 Maksud**

1. Mempelajari tugas profesi content creator pada perusahaan Coffee Shop Big Bins
2. Mempelajari pembuatan konten pada sosial media instagram Big Bins
3. Mengembangkan keterampilan, wawasan serta pengetahuan dalam dunia kerja, khususnya peran content creator dalam menyampaikan informasi melalui media digital.

### **1.2.2 Tujuan**

1. Mendapatkan gambaran serta pengalaman bekerja sebagai content creator pada perusahaan Coffee Shop Big Bins Roastery.
2. Mendapatkan pandangan serta dapat melaksanakan profesi sebagai content creator dalam melaksanakan kegiatan memproduksi berbagai konten media, berupa tulisan maupun visual pada perusahaan Coffee Shop Big Bins Roastery.
3. Menerima wawasan, pengetahuan serta keterampilan dalam dunia kerja yang sesungguhnya, dan mendapatkan pengalaman mengenai produksi konten media yang baik pada perusahaan Coffee Shop Big Bins.
4. Dengan pengelolaan Sosial Media, penulis bertujuan untuk dapat meningkatkan Brand Awareness Coffee Shop Big Bins dengan cara memberikan konten yang menarik, berstrategi kreatif, dan memberikan edukasi lebih.

## **1.3 Manfaat Kerja Profesi**

### **1.3.1 Bagi Universitas Pembangunan Jaya**

1. menciptakan peluang dalam bekerja sama antara perusahaan atau lembaga terkait bidang ilmu komunikasi dan bidang lainnya yang terdapat pada universitas.

2. Meningkatkan dan memperluas hubungan kerja sama antara Program Studi Ilmu Komunikasi dengan Perusahaan Coffee Shop Big Bins ataupun perusahaan terkait bagi mahasiswa.
3. Mendapatkan pengalaman kerja yang relevan dengan program studi yang akhirnya mahasiswa dapat mendapatkan pengetahuan, keterampilan, sikap dan wawasan sebagai modal untuk terjun ke industri yang akan datang.
4. Dapat menerapkan ilmu yang sudah didapatkan dalam perkuliahan dan mengembangkan keterampilan selama melakukan kerja profesi.
5. Merasakan dunia kerja yang nyata dan mendapatkan pengalaman secara langsung sebagai Content Creator pada perusahaan Coffee Shop.

#### **1.3.2 • Bagi Perusahaan**

1. mendapatkan sumber daya manusia dari program kerja profesi Universitas untuk membantu divisi yang sedang membutuhkan mahasiswa magang.
2. Menjalin hubungan yang baik antara instansi terkait dengan perguruan tinggi
3. Membuat kerjasama yang saling mendapatkan keuntungan antara kedua belah pihak yang terkait.

#### **1.4 Tempat Kerja Profesi**

Jadwal pelaksanaan Kerja Profesi Praktikan yaitu selama tiga bulan yang terhitung sejak 1 Februari 2023 hingga 30 April 2023, dengan rincian waktu kerja sebagai berikut:

Tempat : Big Bins Coffee Roastery

Hari Kerja : Senin-Minggu

Jam Kerja : 08.00 - 17.00

Alamat : Bukit Nusa Indah Kav 1867, Ciputat 15414

Website : ee/bigbinscoffeeroastery

Divisi : Content Creator

Big Bins Coffee Roastery sendiri merupakan sebuah brand Café dan supplier biji kopi siap konsumsi. Produk dari Big Bins Coffee berupa minuman racikan kopi dan biji kopi yang siap dipakai untuk memenuhi kebutuhan café dan rumah. Big Bins Coffee sendiri masuk kedalam kategori UMKM, kegiatan bisnis mereka dilakukan di rumah dari pemilik usaha. Big Bins Coffee sendiri berdiri sejak tahun 2018 hingga saat ini. Dalam melakukan bisnisnya Big Bins Coffee membuka gerai atau toko untuk menjual produk-produknya, selain itu Big Bins Coffee juga mengandalkan E-Commers dalam memasarkan produknya. Sebagai upaya marketing atau kegiatan promosi Big Bins Coffee Roastery mengandalkan Instagram sebagai media untuk melakukan suatu konten dan juga promosi.

Alasan untuk bergabung dengan Big Bins karena menyediakan lowongan sebagai Content Creator yang dimana hal tersebut dapat mahasiswa gunakan dalam menerapkan apa yang sudah dipelajari maupun dipraktikan dari mata kuliah yang terkait dengan tuntutan industri yang dapat menaikkan citra yang positif.

### 1.5 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Praktik Kerja Profesi ini dilaksanakan selama tiga (3) bulan atau kurang lebih selama enam puluh (60) hari kerja. Adapun rincian waktu dan tahapan-tahapan Kerja Profesi adalah sebagai berikut:

No	Kegiatan	Bulan																			
		Januari				Februari				Maret				April				Mei			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Persiapan CV dan CoverLetter	■	■	■	■																
2	Pencarian Tempat KP	■	■	■	■																
3	Mengirim Berkas	■	■	■	■	■															
4	Pelaksanaan KP					■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
5	Bimbingan KP													■		■	■	■			
6	Pengerjaan Laporan KP														■	■	■	■			
7	Finalisasi Laporan KP																	■	■		



