

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Kerja Profesi

Pengalaman kerja memiliki peran vital dalam pengembangan karir seseorang, serta dalam membentuk karakter dan pengetahuan di bidang industri dan pekerjaan. Banyak perusahaan menetapkan persyaratan khusus, seperti "pengalaman kerja minimal satu tahun," sebagai salah satu kualifikasi untuk memperoleh pekerjaan. Kondisi ini sering kali menyulitkan lulusan baru untuk mendapatkan pekerjaan, karena mereka lebih fokus pada pencapaian akademik di universitas. Mereka berusaha keras untuk mendapatkan nilai bagus, sehingga sulit membagi waktu antara bekerja dan belajar.

Karir membuka wawasan mahasiswa terhadap peluang dan kompleksitas industri di bidang mereka. Mahasiswa dapat memperoleh pengetahuan baru dan mendapatkan perspektif segar tentang industri mereka, mulai dari merencanakan pekerjaan dengan baik hingga menangani dan menyelesaikan masalah yang muncul. Terjun ke dunia kerja juga membantu mengasah soft skill yang diinginkan perusahaan, seperti berpikir kritis, kreativitas, kerja sama tim, serta keterampilan presentasi atau berbicara di depan umum.

Indeks Prestasi Kumulatif (IPK) memang penting dalam dunia perkuliahan, tetapi hanya menunjukkan prestasi akademis di kelas. Terlibat dalam dunia kerja memberikan mahasiswa pengalaman dan keterampilan dalam menjalankan tugas serta mematuhi aturan perusahaan. Ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki keahlian yang lebih luas daripada sekadar fokus pada IPK. Mahasiswa dilatih untuk mengembangkan soft skill dan hard skill secara seimbang. Menurut Afifah (2020), seseorang yang memiliki lebih banyak pengalaman di industri akan lebih unggul dalam menghadapi dan menyelesaikan masalah di tempat kerja. Pengalaman ini memberikan dasar yang kuat untuk mendekati masalah dan tantangan dengan cara yang lebih efektif.

Mahasiswa menghadapi tantangan baru saat memasuki dunia industri, yaitu harus bisa beradaptasi dengan era *Society 5.0*. Era ini menuntut manusia dan teknologi untuk berkembang bersama secara harmonis. Peralihan dari era 4.0 ke era 5.0 menciptakan nilai tambah baru, dimana manusia harus mampu

beradaptasi dengan kemampuan seperti complex problem solving dan analytical thinking yang diterapkan tepat waktu, serta bersikap kreatif dan fleksibel dalam merespon krisis dan masalah yang tidak terduga. Tujuan utama era 5.0 adalah membuat perkembangan teknologi dapat dinikmati oleh masyarakat secara lebih utuh dan efektif. Menurut Fajri (2022), persiapan untuk menghadapi era Society 5.0 meliputi literasi dasar dan keterampilan lainnya seperti berpikir kritis, analitis, kreatif, berkomunikasi, berkolaborasi, dan memecahkan masalah. Di era Society 5.0, setiap individu harus proaktif dan responsif dalam menghasilkan solusi yang efektif dan efisien untuk menangani masalah dan krisis. Untuk menjawab tantangan ini, mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Jaya harus siap terjun ke dunia industri kreatif dan industri lainnya yang akan mereka geluti di masa depan.

Dalam menghadapi perkembangan ini, praktikan memilih Hitami Skincare sebagai tempat magang untuk mengasah keterampilan dan pengetahuan dalam persiapan menjadi Social Media Specialist di bawah PT. Multi Gita Packa. Hitami Skincare menawarkan pelatihan yang komprehensif dalam berbagai aspek, mulai dari pemahaman produk, perencanaan konten, penulisan konten, hingga pembuatan konten. Praktikan akan terlibat langsung dalam bisnis pemasaran digital, termasuk analisis target audiens, analisis pesaing, dan pembuatan konten langsung. Semua kegiatan ini akan dipandu oleh mentor dari Hitami Skincare. Praktikan memilih Hitami Skincare untuk memanfaatkan kesempatan ini guna mengembangkan keterampilan dan pengetahuan dalam digital marketing melalui media sosial. Menghadapi industri digital dan memanfaatkan media sosial merupakan pengalaman langsung yang penting karena pemerintah mendorong kaum muda untuk lebih terlibat secara digital. Industri ini juga memotivasi para praktikan untuk bekerja secara profesional di Hitami Skincare.

Pembuatan konten di Indonesia semakin maju seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna internet. Menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia diperkirakan akan mencapai 210 juta pada tahun 2022, atau sekitar 77,02% dari total populasi. Ini menjadikan Indonesia salah satu pasar terbesar untuk industri konten digital di Asia. Dengan demikian, para pembuat konten perlu terus berinovasi dan mengikuti tren terkini untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi yang terus berubah. Salah satu jenis konten yang sedang populer di Indonesia adalah video, terutama melalui

platform YouTube dan TikTok. Menurut laporan Kantar Indonesia tahun 2020, 85% pengguna internet di Indonesia menonton video online setiap minggunya. Selain itu, konten podcast juga semakin digemari. Podcast menarik perhatian masyarakat Indonesia dengan menawarkan hiburan dan informasi. Annur (2022) mencatat bahwa pada tahun 2021, ada sekitar 11,3 juta pengguna podcast di Indonesia, atau 4,2% dari total populasi.

Ada beberapa tantangan ke depan meski pembuatan konten di Indonesia terus berkembang. Salah satu tantangan utamanya adalah persaingan yang semakin ketat untuk membuat konten menarik dan informatif. Hal ini mendorong pembuat konten untuk kreatif dan inovatif agar tetap kompetitif. Selain itu, masih ada kendala teknis seperti akses internet yang lambat dan mahal. Perlindungan hak cipta juga menjadi perhatian bagi pembuat konten, terutama jika menyangkut plagiarisme atau penjiplakan terhadap konten pihak lain. Hal ini merugikan pembuat konten dan mengurangi kreatifitas dalam pembuatan konten. Sebagai seorang praktikan yang bekerja sebagai *Social media specialist* di Instagram Hitami Skincare, praktikan melakukan kegiatan seperti perencanaan konten, penulisan konten, dan pembuatan konten untuk membuat konten yang menarik dan informatif serta secara efektif untuk pengikut Instagram Hitami Skincare. Praktikan aktif mengikuti tren dan perkembangan terkini pembuatan konten sehingga dapat berkontribusi relevan dan *up to date* untuk strategi konten Instagram Hitami Skincare.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Profesi

1.2.1. Maksud Kerja Profesi

1. Mempelajari cara menghasilkan konten yang baik.
2. Mempelajari analisis konten dengan cermat, akurat, dan terperinci.
3. Melatih keterampilan menulis.
4. Mempelajari lebih dalam mengenai media sosial.
5. Melatih public speaking untuk berkomunikasi dan membangun hubungan dengan tim.
6. Meningkatkan kemampuan bekerja dalam kelompok dan individu.

1.2.2. Tujuan Kerja Profesi

1. Mendapatkan pengalaman sebagai *Content strategist* dan *Social media specialist*.
2. Mendapatkan wawasan tentang strategi dan pelaksanaan kampanye digital.
3. Mempelajari cara menghasilkan konten yang baik.
4. Mempelajari analisis konten dengan cermat, akurat, dan terperinci.
5. Melatih keterampilan menulis.

1.3. Tempat Kerja Profesi

Praktik kerja profesi dilakukan di perusahaan bernama Hitami Skincare (PT. Multi Gita Packa) yang berlokasi di Graha Raya Bintaro Fedora J3 No.3 Kota Tangerang Selatan. Hitami Skincare adalah perusahaan yang berfokus pada produk perawatan kulit yang ramah pengguna untuk semua jenis kulit. Pemilihan Hitami Skincare sebagai tempat kerja industri dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan pemahaman yang menyeluruh tentang perencanaan konten media sosial yang tepat dan efektif di Hitami Skincare, termasuk merencanakan, mengimplementasikan dan mengevaluasi konten yang telah dibuat. Pembuatan konten media sosial yang relevan dan efektif penting tidak hanya untuk bisnis dan organisasi, tetapi juga individu, terutama figur publik seperti politisi, *influencer*, dan selebritas, yang berusaha membangun citra dan popularitas publik yang baik melalui konten media sosial mereka. Di era digital yang sangat terhubung ini, konten media sosial berperan penting dalam memengaruhi persepsi dan interaksi publik.

Media sosial adalah platform yang relatif terjangkau yang memadukan teknologi dengan interaksi sosial melalui kata-kata, sering kali menggunakan internet sebagai medianya, seperti Twitter, Facebook, dan YouTube. Menurut Mayfield (2008) yang dikutip dalam Chan-Olmsted, Cho, dan Lee (2013:154), ada lima ciri utama media sosial. Pertama, *Participation* mengacu pada keterlibatan aktif pengguna dalam penggunaan media sosial, dilihat dari seberapa sering dan lama mereka menggunakannya. Kedua, *Openness* menunjukkan bahwa media sosial terbuka untuk akses informasi, berbagi konten, dan menulis ulasan tanpa hambatan. Ketiga, *Conversation* adalah aktivitas interaktif di jejaring sosial yang menyebarkan informasi dengan cepat dan luas. Keempat, *Community* adalah

mekanisme bagi individu dan organisasi untuk membentuk komunitas yang memiliki kepedulian yang sama terhadap suatu isu. Kelima, *Connectedness* berarti informasi di jejaring sosial mudah diingat dan cepat menjadi viral, memudahkan pengguna untuk terhubung satu sama lain. Di Hitami Skincare, fitur-fitur media sosial ini diterapkan terutama melalui Instagram untuk memungkinkan komunikasi dengan pelanggan dan menciptakan prospek penjualan di masa depan. Media sosial memberikan identitas kepada merek-merek yang dipasarkan oleh Hitami Skincare dan membantu menyebarkan pesan dengan cara yang sederhana dan komunikatif.

Terkait penggunaan media sosial, Hitami Skincare juga memperhatikan pentingnya analisis data dan pengukuran kinerja. Hitami menggunakan berbagai alat dan analitik untuk melacak kemajuan dan keefektifan konten saat menjalankan strategi pemasaran digitalnya. Dengan memahami tren dan preferensi pengguna, serta memanfaatkan wawasan yang diperoleh melalui analisis data, Hitami dapat mengoptimalkan strategi konten untuk mencapai tujuan pemasaran secara lebih baik dan memperluas jangkauan media sosial.

1.4. Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Tabel 1.1 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Kegiatan	Bulan																							
	April				Mei				Juni				Juli				Agustus				September			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Membuat Cv																								
Mencari Tempat magang																								
Mengirim Cv ke Hitami Skincare																								
Mengajukan Tempat Magang Hitami Skincare																								
Mengirimkan surat pengantar kerja profesi																								
Menyerahkan surat pengantar kerja Profesi																								
Diterima di The Hatch																								
Melengkapi Berkas Kerja Profesi																								
Mulai mengerjakan																								

