

BAB I PENDAHULUAN

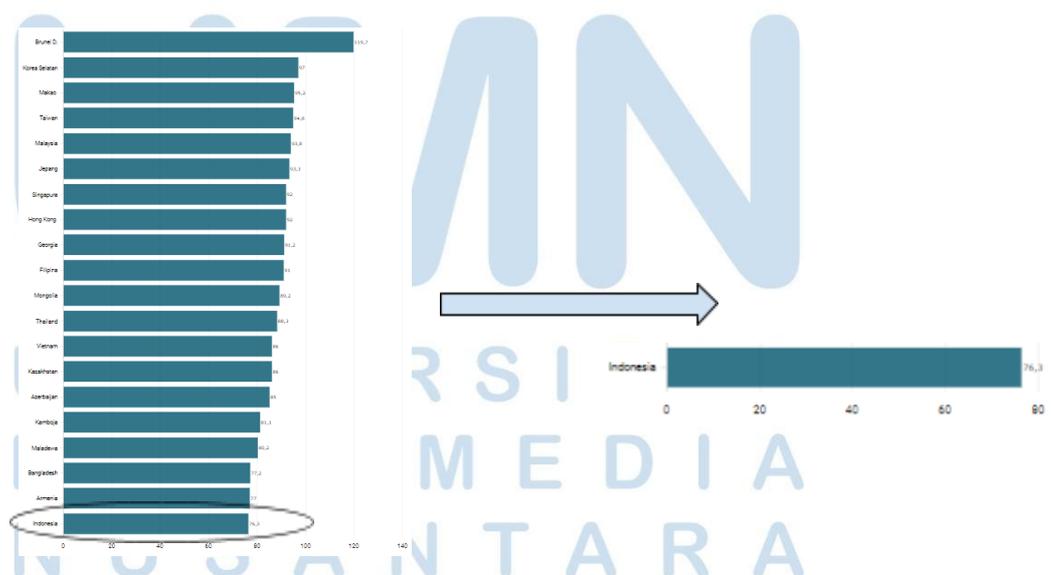
1.1 Latar Belakang

Jumlah industri kecantikan semakin tahun-semakin meningkat beberapa tahun terakhir ini. Hal tersebut dibuktikan dari data Kompas: Indonesia 2022, yang menyatakan bahwa jumlah perusahaan industri kecantikan di Indonesia dari tahun 2021 ke 2022 meningkat sebesar 20,6% atau bertambah sebanyak 94 perusahaan industri kecantikan (Pahlevi, 2022). Hal ini membuat peluang bisnis di industri kecantikan di Indonesia meningkat.

Menurut data Nielsen, industri kosmetik dan kebersihan merupakan urutan kedua dengan belanja iklan paling banyak pada semester I 2022 yaitu sebanyak 1,7 miliar US\$ (Islahiyah, 2022). Industri belanja iklan tersebut dikuasai oleh perusahaan-perusahaan *Fast Moving Consumer Goods*.

Perkembangan teknologi yang begitu cepat dan juga berguna dalam kehidupan keseharian manusia (Laurent, 2016). Dengan perkembangan internet juga membuat akses internet lebih mudah untuk digunakan oleh semua orang. Salah satu negara yang penetrasi pengguna internetnya tinggi adalah Indonesia.

Gambar 1.1 Penetrasi Penggunaan Internet Tertinggi Juni 2022

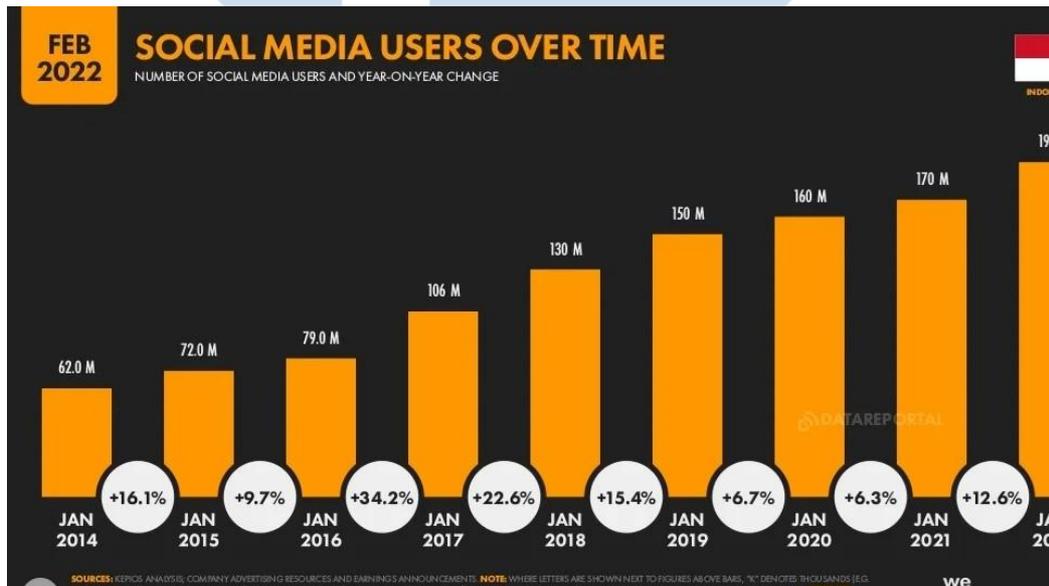


(Sumber: Databooks, 2022)

Gaya berbelanja masyarakat Indonesia juga berubah. Sebelumnya, masyarakat Indonesia tidak percaya dengan belanja online atau belanja di sosial media. Akan tetapi, perlahan masyarakat Indonesia mulai suka berbelanja online. Salah satu alasannya karena *influencer* yang giat memasarkan produk- produk perusahaan. Dalam hasil survei *We Are Social* pada Februari 2022 menunjukkan pengguna sosial media di Indonesia mencapai 191 juta dan terus meningkat setiap tahunnya. Perkembangan tersebut menunjukkan bahwa media sosial terus menerus dipakai oleh masyarakat.

Meningkatnya pengguna internet membuat para pengusaha-pengusaha berlomba-lomba membangun strategi bersaing lewat *online* (Laurent, 2016). Banyak perusahaan-perusahaan belakang ini beralih dari toko offline ke online seperti penggunaan *e-commerce* dan sosial media. Bahkan ada yang hanya toko *onlinenya* saja. Ini membuktikan bahwa perkembangan internet sangat berdampak bagi kehidupan masyarakat Indonesia.

Gambar 1.2 Perkembangan Pengguna Sosial Media dari Tahun 2014-2022



Sumber : *We Are Social*, Februari 2022

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Penggunaan *influencer* beberapa tahun terakhir ini menjadi salah satu strategi utama *marketing* yang digunakan banyak perusahaan. Menurut Hairiyanti & Wirapraja, *influencer* merupakan figur dalam media sosial yang memiliki jumlah pengikut yang banyak, dan pesan yang mereka sampaikan dapat mempengaruhi perilaku dari pengikutnya (Hairiyanti & Wirapraja, 2018:141). *Influencer* memiliki pengaruh yang besar dalam memasarkan suatu produk. Hal ini disebabkan karena mereka memiliki hubungan dengan pelanggan di keseharian mereka. Hal ini menjadikan sosial media sebagai platform yang harus dipunyai oleh setiap perusahaan. Menurut Kotler & Armstrong (2012;568), sosial media bisa disebut sebagai sarana untuk konsumen demi berbagi informasi teks, gambar, audio, dan video dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya. Oleh karena itu, media sosial juga biasanya digunakan dalam berbisnis.

Salah satu perusahaan *FMCG* kecantikan di Indonesia adalah PT. Sukses Sejati Internasional. Perusahaan ini memakai *influencer-influencer* sebagai strategi marketing utamanya. Peserta magang berkesempatan untuk magang di PT. Sukses Sejati untuk menambah pengalaman disana.

1.2 Tujuan Kerja Magang

1. Mengetahui peran dan kontribusi *influencer* untuk PT. Sukses Sejati Internasional.
2. Melatih *time management*, tanggung jawab, percaya diri, dan kedisiplinan di dunia kerja nyata.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang dilakukan pada tanggal 21 September 2022 sampai dengan 21 Desember 2022 di PT. Sukses Sejati Internasional yang berlokasi di Ruko Glaze 2, Gading Serpong sebagai mahasiswa yang magang di divisi *KOL* Management. Waktu kerja magang dimulai dari hari Senin sampai dengan Kamis pukul 08.30 WIB sampai dengan pukul 17.30 WIB dan hari Jumat dari pukul 08.00 WIB sampai dengan pukul 18.00 WIB. Selama praktik kerja magang peserta magang melaksanakan pekerjaan secara *offline* sebanyak 90 hari kerja atau 720 jam.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan magang awalnya adalah mengikuti seminar yang disediakan oleh pihak kampus. Selanjutnya, peserta magang mencari lowongan magang lewat sosial media dan juga *Linkedin*.

Setelah mendapatkan penerimaan dari perusahaan, lalu mengajukan form KM-01. Dilanjutkan dengan form KM-03 hingga KM-07. Di bulan akhir magang, peserta magang akan melakukan konsultasi secara rutin dengan dosen pembimbing. Hal tersebut dilakukan untuk melengkapi data, cara penulisan, dan lain sebagainya. Jika sudah selesai semua, peserta magang membuat presentasi yang akan dipresentasikan dalam sidang nanti.

1. Penulis mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh pihak Program Studi Ilmu Komunikasi UMN melalui via *zoom meeting*.
2. Penulis mengikuti pengisian KRS melalui website resmi UMN myumn.ac.id dan memenuhi syarat jumlah sks sebanyak 110 , tidak memiliki nilai D dan melakukan pendaftaran di website gapura.umn.ac.id untuk mendapatkan Transkrip Nilai dari semester awal hingga semester akhir sebelum kegiatan magang dilaksanakan.
3. Penulis mengajukan form KM-01 melalui email student bryant.pressley@student.umn.ac.id lebih dari 1 kali untuk mendaftarkan perusahaan tempat magang dan mendapatkan verifikasi tempat magang kepada kepala Program Studi.
4. Setelah mengisi form KM-01, Penulis mendapat persetujuan dari Kepala Program Studi dengan melanjutkan pengisian form KM-02 yang berisi *cover letter* yang akan dikirimkan kepada Supervisor.

5. Penulis akan menyimpan form KM 03 (Surat Penerimaan Magang dari Perusahaan), KM 04 (Lembar Realisasi Kerja Magang / *Daily Task*), KM 05 (Lembar Bimbingan Magang), KM 06 (Surat Pelepasan Magang), dan KM 07 (Verifikasi Laporan Magang) untuk memenuhi kebutuhan proses pembuatan laporan magang.

B. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

1. Proses pengajuan tempat kerja magang dimulai dari penulis yang mengirimkan beberapa berkas seperti CV (*Curriculum Vitae*), Portofolio, dan Transkrip Nilai kepada pihak PT. SSI melalui platform pencarian kerja, yaitu Glints.
2. Penulis mendapatkan kabar dari PT.SSI untuk undangan wawancara secara *online* dikarenakan lokasi mahasiswa yang masih belum memungkinkan untuk melaksanakan wawancara secara *offline*.
3. Penulis melaksanakan wawancara *online* dengan pihak PT.SSI pada tanggal 10 Desember 2021 dan mendapatkan beberapa pertanyaan seputar pengenalan diri, jurusan yang ditempuh di perkuliahan, penjelasan sistem magang dari kampus, hingga mempertanyakan kapan penulis dapat memulai kerja magangnya.
4. Setelah kurang lebih 2 minggu, penulis mendapatkan kabar bahwa PT. SSI menerima penulis untuk menjadi bagian dari perusahaan dan melaksanakan proses magangnya sebagai *KOL (Key Opinion Leader) Management* dan membantu tim *Social Media Marketing* dan dapat melaksanakan kerja magangnya di tanggal 21 September 2022.
5. Penulis menerima kontrak kerja magang dari Perusahaan SSI.

C. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

1. Penulis melaksanakan praktik magang secara *full offline* yaitu WFO (*Work from Office*) dan perusahaan SSI yang berada di Jalan Ruko Glaze 2 blok D no. 26, Tangerang, Banten.
2. Penulis menjalankan program magang sebagai *KOL Management* dengan tugas utama mencari dan bertanggung jawab terhadap proses kerja sama antara PT. SSI dan *KOL* dan membantu tim *Social Media Specialist* dalam pembuatan konten media sosial PT.SSI di Tiktok maupun Instagram.
3. Seluruh penugasan dan kebutuhan informasi , penulis akan didampingi langsung oleh Festha Gea selaku *Head of KOL Management* yang akan menjadi Pembimbing Lapangan selama proses magang berlangsung.

D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

1. Laporan kerja magang penulis dibimbing oleh Agus Kustiwa selaku Dosen Pembimbing melalui *Zoom* dan pertemuan *offline*.
2. Laporan magang akan diserahkan dan menunggu persetujuan dari Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.

E. Laporan praktik kerja magang telah disetujui akan diajukan kembali melalui proses sidang yang akan dilaksanakan oleh penulis.

Setelah laporan magang disetujui, maka peserta magang mengajukan sidang magang melalui my.umn.ac.id untuk melihat jadwal sidang. Setelah menunggu beberapa hari, peserta magang melihat jadwal sidang ditetapkan pada tanggal 20 Januari 2023 di jam 09.00 WIB - 10.00 WIB, dan dinyatakan lulus pada hari yang sama.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A