

BAB I

PENDAHULUAN

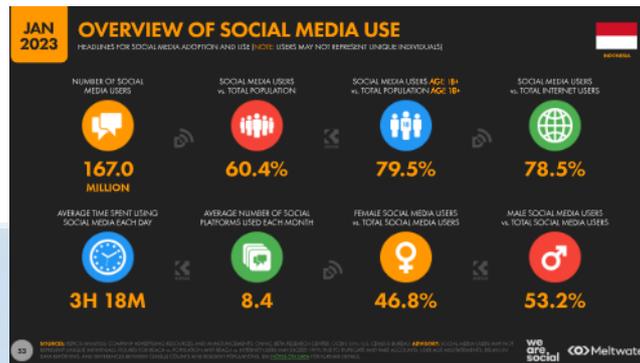
1.1 Latar Belakang

Sebagai bagian dari dunia digital, *Content Creator* menjadi peranan penting dalam menciptakan sebuah identitas dan citra merek melalui sebuah pesan yang informatif kepada khalayak yang dibuat secara kreatif dan menarik untuk meningkatkan *awareness* (Darmawan et al., 2022). Dalam menciptakan identitas dan citra merek di benak khalayak, maka di dalam perusahaan perlu menerapkan strategi pemasaran yang tepat dan berfokus pada kualitas dan kuantitas pada isu atau topik yang akan dibahas.

Menurut Sundawa & Trigartanti (2018), *Content Creator* merupakan bagian dari kegiatan *Public Relation* yang bersifat kontemporer, karena bertugas dalam menyampaikan informasi yang dibentuk untuk memudahkan khalayak dalam memahami pesan melalui video, gambar, maupun tulisan kemudian dibagikan ke dalam media sosial. Dalam memanfaatkan media sosial sebagai salah satu bentuk *corporate branding*, seorang *Content Creator* juga perlu memahami cara untuk menganalisa *trend* yang sesuai dengan target khalayaknya sehingga hal ini dapat mempermudah *Content Creator* dalam membuat konten yang relevan dengan target khalayaknya.

Berdasarkan data yang dikutip dari We Are Social pada tahun 2023, bahwa ada sebanyak 167 juta pengguna media sosial di Indonesia untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Dimulai dari perempuan dan laki-laki di rentang usia 16 hingga 64 tahun dengan rata-rata menghabiskan waktu dalam mengakses media sosial sekitar 3 jam 18 menit (Kemp, 2023).

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



Gambar 1. 1 Gambaran Pengguna Media Sosial di Indonesia

Sumber: Kemp, 2023

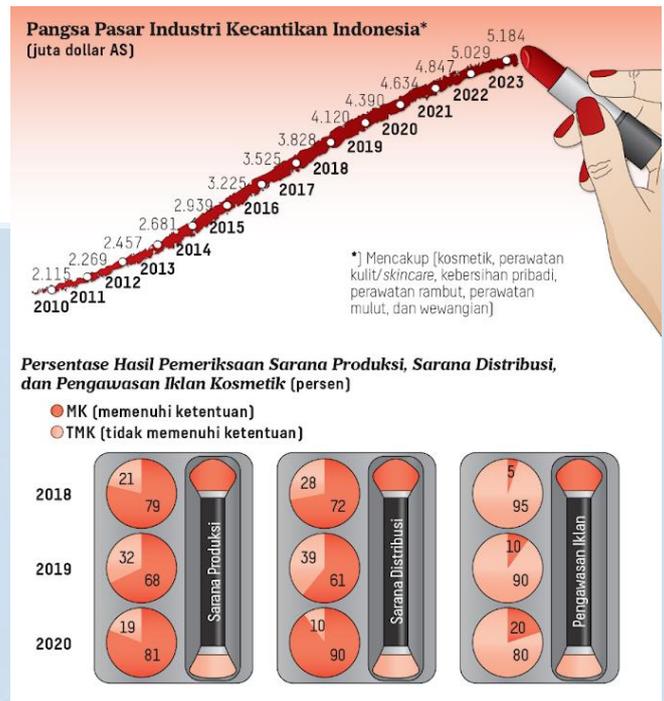
Hal ini menggambarkan bahwa pertumbuhan media sosial semakin berkembang terutama masa pandemi Covid-19, karena keterbatasan komunikasi secara tatap muka sehingga perlu menggunakan media sosial untuk tetap berinteraksi dan memperoleh sumber informasi (Aranditio, 2023). Selain itu, penggunaan dan akses media digital dalam hal bisnis kian meningkat karena pengaruh dari banyaknya masyarakat yang berbelanja *online*, iklan digital, yang tentu lebih mudah dan murah dibandingkan beriklan secara *offline*. *Digital marketing* adalah usaha yang dilakukan untuk melakukan promosi melalui media digital sebagai alat untuk menjangkau khalayak yang tepat dan relevan (Munandar, 2022).

Hingga pada saat ini, banyak perusahaan yang menggunakan *digital marketing* sebagai salah satu strategi pemasaran yang efektif dan efisien dalam menciptakan identitas merek untuk mendorong *traffic* penjualan secara cepat melalui internet tanpa batas oleh jarak dan waktu. Penggunaan *digital media* atau media sosial juga dimanfaatkan oleh para pengguna untuk mendapatkan dan menyebarkan informasi. Informasi tersebut dikemas menjadi sebuah konten yang dapat dinikmati oleh seluruh pengguna media sosial aktif. Menurut KBBI, konten adalah sebuah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik berupa teks, citra, grafis, video, suara, dan lain-lainnya.

Konten yang digunakan sebagai strategi komunikasi pemasaran dapat disebut juga sebagai *content marketing*, yang merencanakan, membuat, hingga mendistribusikan sebuah konten yang menarik kepada khalayak. Informasi yang disampaikan ke dalam sebuah konten, akan disebarluaskan melalui media sosial yang disebut dengan *Social Media Content Marketing (SMCM)*. Seseorang yang mampu menghasilkan sebuah konten yang kreatif dan menarik dalam bentuk tulisan, gambar, video, dan lain sebagainya disebut sebagai *content creator*.

Peranan *Content Creator* menjadi salah satu kunci untuk meningkatkan pemasaran bagi merek atau perusahaan, karena dinilai memiliki kredibilitas dalam meningkatkan visibilitas merek atau perusahaan kepada khalayak (Suliana, 2023). Selain itu, peran *Content Creator* juga sebagai jembatan antara perusahaan dengan khalayak dalam memasarkan produk melalui konten-konten yang berkualitas untuk mendapatkan *traffic organic* dan *leads*. Pada brand ERHAIR, tempat penulis melakukan praktik magang. Penulis diposisikan sebagai *Content Creator* yang bekerja untuk mengolah dan memproduksi konten-konten berkualitas sesuai dengan identitas dan citra merek yang ingin dibangun serta berkolaborasi dengan KOL (*Key Opinion Leader*) untuk menjangkau khalayak yang lebih luas.

ERHAIR merupakan salah satu industri kecantikan yang berada dalam naungan ERHA Skincare. Jumlah industri kecantikan di Indonesia telah mengalami pertumbuhan dari tahun 2021, sebanyak 20.6% atau 819 menjadi 913 perusahaan pada 2022 (Hamasy, 2022). Melalui data ini, penulis dapat melihat (Aranditio, 2023). Adanya tingkat kesadaran khalayak untuk berpenampilan menarik melalui perawatan kecantikan bertumbuh pesat. Lantaran disebabkan oleh tren penggunaan produk kecantikan dan dibantu dari kehadiran *Content Creator* dalam memasarkan dan mempromosikan produk (Larasati, Kartika, Rahayu, Khairunisa, & Julianto, 2021).



Gambar 1. 2 Gambaran Pangsa Pasar Industri Kecantikan di Indonesia

Sumber: Hamasy, 2022

ERHAIR adalah merek perawatan rambut dari ERHA Skincare yang diformulasikan dan direkomendasikan oleh dermatologi sebagai solusi untuk membantu permasalahan rambut konsumen. ERHAIR menawarkan produk-produk yang dapat membantu menyelesaikan masalah kulit kepala seperti, ketombe, lepek, kerontokan, rambut bercabang dan kering. ERHAIR terus melakukan inovasi dan reformulasi untuk mencari konsistensi dan kandungan yang tepat untuk membantu memenuhi kebutuhan konsumen dalam masalah perawatan rambut. ERHAIR juga membuat strategi komunikasi dalam menyampaikan pesannya melalui sebuah konten yang dikemas dengan baik melalui media sosialnya. Bentuk strategi komunikasi yang dijalankan oleh ERHAIR adalah *#TimeToGetSeriousAboutYourHair*, pesan ini memiliki makna bahwa kesehatan kulit kepala dan rambut merupakan bagian dari tubuh yang juga perlu mendapatkan perhatian lebih.

ERHAIR telah terpilih sebagai merek perawatan rambut pada *Watsons Health, Wellness, and Beauty Awards* tahun 2022 sebagai *“Best Exclusive Hair Care Brand*

Of The Year”, serta terpilih sebagai merek perawatan rambut dengan “*The Best Conditioners*”, “*The Best Styling Products*”, dan “*The Best Hair Treatment*” pada *Cosmo Readers Choice Award Hair Care* tahun 2021. Melalui penghargaan tersebut, penulis menjadi semakin tertarik untuk memperdalam pengetahuan dan keterampilan baru di dunia kerja pada ERHAIR sebagai *Content Creator* yang bergerak di bidang industri kecantikan, tentang bagaimana alur pekerjaan secara profesional dalam membuat konten yang berkualitas sesuai dengan identitas perusahaan.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan dari praktik kerja magang yang dilakukan oleh penulis adalah untuk memenuhi syarat kelulusan di Universitas Multimedia Nusantara pada fakultas Ilmu Komunikasi dengan jurusan Komunikasi Strategis serta memperoleh kesempatan untuk memperluas pengalaman di dunia kerja. Praktik kerja magang yang penulis lakukan di ERHAIR sebagai *Content Creator* memiliki tujuan untuk:

1. Menerapkan ilmu *marketing communication* yang telah ditempuh selama perkuliahan ke dalam praktik magang sebagai *Content Creator*.
2. Memperoleh proses strategi dan aktivitas *digital marketing* melalui praktik kerja magang.
3. Mengetahui lebih dalam mengenai bagaimana aktivitas serta alur kerja sebagai *Content Creator* dalam membuat konten yang berkualitas dan sesuai dengan identitas *brand*.
4. Dapat membangun relasi baru di dunia kerja yang dapat membantu mengasah keterampilan kerja dalam tim di lingkungan kerja yang profesional.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Waktu pelaksanaan praktik kerja magang yang dilakukan penulis dimulai dari tanggal 2 Mei 2023 sampai dengan 1 November 2023. Hal ini merupakan salah satu bentuk standarisasi yang wajib dipenuhi oleh setiap mahasiswa/mahasiswi di Universitas

Multimedia Nusantara untuk program studi Komunikasi Strategis pada fakultas Ilmu Komunikasi. Berikut adalah pelaksanaan kerja magang yang dilakukan oleh penulis.

Nama Perusahaan : PT. Arya Noble
Bidang Usaha : *Dermatology and Healthcare*
Alamat : Treasury Office Tower, 36-37th floor, SCBD, Lot. 28,
RT.5/RW.3, Senayan, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan,
Jakarta 12190
Waktu Pelaksanaan : 2 Mei 2023 - 1 November 2023
Waktu Kerja : Senin - Jumat (WFO & WFH),
pukul 08.30 - 17.30
Posisi Magang : Content Creator Intern

Dalam melaksanakan praktik kerja magang, penulis perlu memenuhi syarat dan prosedur yang berkaitan dengan pelaksanaan kerja magang dari awal hingga akhir sebelum memulai praktik kerja magang. Prosedur yang harus diikuti oleh penulis adalah sebagai berikut.

1. Tahap Pengajuan

- a) Penulis mengunggah form KM-01 sebagai salah satu surat pengantar untuk mendapatkan perizinan untuk melakukan praktik magang di sebuah perusahaan pada tanggal 14 Mei 2023 kepada Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi.
- b) Setelah form KM01 disetujui, maka form KM-02 dikeluarkan untuk mendapat surat keterangan telah diterima kerja di PT. Arya Noble pada tanggal 15 Juni 2023.

2. Tahap Rekrutmen

- a) Diawali dengan mengikuti seminar *Career Day* dari Universitas Multimedia Nusantara dengan PT. Arya Noble pada tanggal 24 Maret 2023
- b) Pada tanggal 25 Maret 2023, mengirimkan CV dan dijadwalkan untuk melakukan wawancara dengan HRD PT. Arya Noble

3. Tahap Pemilihan

- a) Pada tanggal 11 April 2023, diumumkan telah lulus seleksi dengan HRD PT. Arya Noble
- b) Pada tanggal 12 April 2023, melakukan wawancara dengan *Talent Acquisition* dan *Supervisor* ERHAIR untuk melanjutkan tahap rekrutmen sebagai pemegang.
- c) Pada tanggal 14 April, dinyatakan lulus seleksi dan menjadi pemegang selama enam bulan di ERHAIR

4. Tahap Kerja Magang

- a) Pada tanggal 2 Mei 2023, penulis dijelaskan tentang tanggung jawab dan penugasan yang harus dilakukan selama menjadi pemegang di PT. Arya Noble dengan Kak Michella Bianca selaku *Supervisor* dari ERHAIR
- b) Penulis melaksanakan kerja magang dengan masa enam bulan yang terhitung dari 2 Mei 2023 sampai 1 November 2023
- c) Penulis melaksanakan bimbingan magang dengan dosen pembimbing yang telah ditentukan oleh program studi Komunikasi Strategis Universitas Multimedia Nusantara.

