

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Minat masyarakat terhadap perhiasan semakin bertumbuh seiring dengan berjalannya waktu. Bagi sebagian orang, perhiasan merupakan hal yang cukup penting dan memiliki makna tersendiri. Pada awal tahun 2000 SM berlian kecil dari India digunakan dalam peralatan pemoles di Mesir Kuno. Tak lama setelah itu, berlian menjadi incaran karena digunakan sebagai cincin mulai dari istana T'Ang hingga Afganistan Helenistik hingga Roma Augustan, namun di tanah air mereka yaitu India, berlian tidak hanya dihargai karena kegunaan dan keindahannya, juga diyakini bahwa berlian membawa berkah bagi pemiliknya (Anand & Dalrymple, 2016). Dan pada masa perkembangan seperti sekarang, sudah banyak pemasok berlian yang membuat berlian lebih mudah ditemukan, dan berlian terkenal sebagai batu perhiasan paling kuat dan mahal di dunia. Pada era sekarang pun sudah banyak teknik yang dilakukan untuk membuat perhiasan dari berlian, beberapa contohnya adalah teknik *3D printing*, *polishment* dan bahkan banyak sekali batuan yang menyerupai berlian seperti *moissanite* dan *lab grown diamond* (Scarbrick, 2019). Dengan minat yang tinggi terhadap perhiasan berharga, industri perhiasan pun semakin bertambah dan banyak memasuki komunitas-komunitas besar di dunia, seperti contohnya *brand luxury goods* Cartier yang bermula dari dinasti generasi ke-4 dan dari revolusi Prancis yang akhirnya semakin berkembang di era modern ini (Brickell, 2019). *Brand* ini mulai merambah ke komunitas penyuka *K-POP* atau *K-Drama* dengan menggandeng beberapa *idol* dan *actress* dari Korea. Hal ini juga banyak dilakukan dan dianggap sebagai strategi marketing untuk perhiasan mewah agar lebih banyak dikenal oleh masyarakat secara global.

Dan pada era modern seperti sekarang ini, banyak perusahaan yang bergerak di bidang berlian yang mulai bermunculan, dan salah satu perusahaan yang bergerak di perusahaan *natural diamond* lokal adalah PT. Passion Abadi Korpora atau biasa dikenal dengan Passion Jewelry Group, PT Passion Abadi Korpora merupakan salah satu Perusahaan *multibrand* yang bergerak di bidang *natural*

diamond, beberapa *brandyang* dinaungi oleh PT Passion Abadi Korpora adalah Diamond and Co, Passion Jewelry dan Passion Prive. Industri perhiasan berlian ini juga memiliki persaingan yang cukup ketat sebagai Perusahaan berlian lokal, PT Passion Abadi Korpora juga bersaing dengan beberapa *brand* perhiasan baik dari luar maupun dalam negeri yang bergerak di bidang yang sama, seperti Frank and Co, The Palace, Sol et Terre dan masih banyak lainnya.



Gambar 1.1 Logo PT. Passion Abadi Korpora
Sumber: Data Perusahaan, 2024

Tentunya Passion Jewelry Group dapat bersaing dengan beberapa kompetitornya dikarenakan PT Passion memiliki inovasi dalam produk serta menjamin kepuasan pelanggan saat maupun setelah membeli produk dari Passion Jewelry Group. Kesenangan, kepuasan dan pengalaman pelanggan tentunya menjadi hal yang sangat penting bagi evolusi Perusahaan dan brand yang dikelola, kesenangan pelanggan atau customer delight merupakan respon pembeli yang didapatkan oleh pelanggan, dan nilainya melebihi dari apa yang diharapkan oleh pelanggan. Banyak sekali cara yang dapat dilakukan untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan (Hill, 2017).

Content creator dapat menjadi salah satu jembatan agar perusahaan dapat mencapai kepuasan pelanggan. Perusahaan tidak hanya membutuhkan pelayanan yang baik tetapi juga bagaimana pengalaman pelanggan saat mereka mendapatkan informasi dari Perusahaan atau *brand*. Dalam era digital, pemasaran tidak hanya terjadi secara langsung atau hanya melalui media televisi, radio dan majalah tetapi juga dilakukan di sosial media. Maka dari itu diperlukannya konten yang mendukung sebagai jembatan B2C (*business to consumer*) dan juga calon pembeli potensial. Selain itu *content creator* juga diperlukan untuk membangun pandangan

positif mengenai *brand* di mata publik.

PT Passion Abadi Korpora termasuk ke dalam perusahaan yang menerapkan strategi *content marketing* untuk mendukung kegiatan *digital marketing* dari *brand-brand* di bawah naungan Passion Jewelry Group. Maka dari itu Passion Jewelry Group membutuhkan peran *content creator intern* sebagai pendukung kegiatan *digital marketing* Perusahaan. *Content creator* juga memiliki beberapa tugas dan kegiatan yang dilakukan, yaitu membuat *content plan*, *social media handling* dan juga *external communication*. *Content creator* memiliki tugas untuk membuat konten yang menarik untuk media sosial, seorang *content creator intern* harus bisa mengetahui kontenseperti apa yang sedang diminati publik dan bagaimana konten tersebut dapat masuk ke mata publik secara positif dengan cara yang kreatif dan dinamis sesuai dengan target pasar.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang yang saya lakukan di PT Passion Abadi Korpora memiliki maksud untuk mendapatkan gambaran aktivitas dunia kerja sebagai *content creator digital marketing* terhadap perusahaan perhiasan. Secara khusus, aktivitas pelaksanaan magang ini memiliki tujuan sebagai:

1. Mengetahui peran dan cara kerja *content creator digital marketing* di PT Passion Abadi Korpora.
2. Mengetahui kendala-kendala yang terjadi dan cara mengatasi kendala tersebut di dunia kerja, terutama dalam bidang *content creator digital marketing*
3. Mendapatkan wawasan, pengalaman serta relasi dalam dunia kerja.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang dilakukan pada Februari sampai Juli 2024, sesuai dengan ketentuan yang ada pada panduan MBKM Magang Track 1 dan arahan dari Program Studi, pelaksanaan magang di *Passion Jewelry Group* berlangsung selama 5 bulan dengan durasi waktu minimal 640 jam kerja. Adapun periode magang dimulai pada Rabu, 21 Februari

2024 dengan jadwal sebagai berikut:

Hari kerja : Senin–Jumat

Jam kerja : 08.00 – 17.40 WIB

Sistem kerja : *WFO (Work From Office) & WFH (Work From Home)*

Jadwal terlampir dapat berubah jika terdapat lembur untuk menyusun *content plan event*, hari-hari besar seperti tanggal kembar dan lain sebagainya.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN via luring di *Lecture Theatre*.
- 2) Mengisi KRS internship di myumn.ac.id dengan syarat telah menempuh 90 sks dan tidak ada nilai D & E. Serta mengajukan transkrip nilai sebelum magang di www.gapura.umn.ac.id.
- 3) Memiliki kesempatan untuk mengajukan KM-01 lebih dari satu kali melalui pengisian *Google Form* di *e-mail* untuk verifikasi tempat magang yang memenuhi persyaratan dan mendapat persetujuan dalam bentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang) dari Kepala Program Studi.
- 4) Mengisi dan *submit form* KM-01 pada myumn.ac.id jika sudah mendapat perusahaan atau lembaga yang sesuai.
- 5) Mengisi KRS internship di myumn.ac.id dengan syarat telah menempuh 90 sks dan tidak ada nilai D & E. Serta mengajukan transkrip nilai sebelum magang di www.gapura.umn.ac.id.
- 6) Memiliki kesempatan untuk mengajukan KM-01 lebih dari satu kali melalui pengisian *Google Form* di *e-mail* untuk verifikasi tempat magang yang memenuhi persyaratan dan mendapat persetujuan dalam bentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang) dari Kepala Program Studi.
- 7) Mengisi dan *submit form* KM-01 pada myumn.ac.id jika sudah mendapat perusahaan atau lembaga yang sesuai.
- 8) Selanjutnya, mengunduh *form* KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang), KM-05 (Lembar Laporan

Realisasi Kerja Magang), KM- 06 (Penilaian Kerja Magang), KM-07 (Verifikasi Laporan Magang) untuk kebutuhan proses pembuatan laporan magang.

- 9) Mengisi KRS internship di myumn.ac.id dengan syarat telah menempuh 90 sks dan tidak ada nilai D & E. Serta mengajukan transkrip nilai sebelum magang di www.gapura.umn.ac.id.
- 10) Memiliki kesempatan untuk mengajukan KM-01 lebih darisatu kali melalui pengisian *Google Form* di *e-mail* untuk verifikasi tempat magang yang memenuhi persyaratan danmendapat persetujuan dalam bentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang) dari Kepala Program Studi.
- 11) Mengisi dan *submit form* KM-01 pada myumn.ac.id jika sudah mendapat perusahaan atau lembaga yang sesuai.
- 12) Selanjutnya, mengunduh *form* KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang), KM-05 (Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang), KM- 06 (Penilaian Kerja Magang), KM-07 (Verifikasi LaporanMagang) untuk kebutuhan proses pembuatan laporan magang.

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

- 1) Proses pengajuan praktik kerja magang dengan mengirim *Curriculum Vitae (CV)* pada tanggal 22 Januari 2024 melalui *linkedin*.
- 2) Proses *interview* untuk praktik kerja magang di PT Passion Abadi Korpora dengan menerima pesan undangan *interview* melalui *Whatsapp* perusahaan pada tanggal 22 Januari 2024 dan *interview* kedua di tanggal 1 Februari 2024. Serta mendapat surat penerimaan praktik kerja magang pada tanggal 19 Februari yang ditanda tangani oleh *Human Capital*, Bapak Rafi Pamungkas.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai *content creator digital marketing*
- 2) Penugasan dan kebutuhan informasi, didampingi langsung oleh *Digital Marketing Manager* Bapak Casidi Cahyono selaku Pembimbing Lapangan.
- 3) Pengisian dan penandatanganan form KM-03 sampai KM-07 dilakukan pada saat proses praktik kerja magang berlangsung dan mengajukan lembar

penilaian kerja magang (KM-06) kepada Pembimbing Lapangan pada akhir periode magang.

D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

- 1) Pembuatan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Ibu Intan Primadini selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan luring.
- 2) Laporan praktik kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.
- 3) Pengisian dan penandatanganan form KM-03 sampai KM- 07 dilakukan pada saat proses praktik kerja magang berlangsung dan mengajukan lembar penilaian kerja magang (KM-06) kepada Pembimbing Lapangan pada akhir periode magang.
- 4) Pengisian dan penandatanganan form KM-03 sampai KM- 07 dilakukan pada saat proses praktik kerja magang berlangsung dan mengajukan lembar penilaian kerjamagang (KM-06) kepada Pembimbing Lapangan pada akhir periode magang.

E. Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui diajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang.



