

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era modern seperti sekarang, media sosial merupakan salah satu bentuk kecanggihan teknologi yang tengah berkembang pesat dan dapat dengan mudah diakses oleh banyak orang. Hal tersebut dapat ditandai dengan peningkatan angka penggunaan media sosial secara global yang mencapai 266 juta dalam kurun waktu satu tahun (Kemp, 2024). Penggunaan media sosial yang meningkat ini, dapat memberikan dampak dan perubahan besar khususnya dalam bidang bisnis dan perekonomian. Media sosial kerap dimanfaatkan oleh para pengusaha untuk mendapatkan keuntungan dari kegiatan pemasaran yang dilakukan. Hal tersebut juga dipertegas dalam pemaparan oleh Grizane dan Jurgelane (2016), yakni pemasaran melalui internet dan komunikasi bisnis sangat berdampak terhadap keuntungan ekonomi yang terus bertumbuh. Dalam hal ini, menurut Herdiyani et al., (2022), media sosial mampu menjadi wadah untuk mengembangkan dan mempertahankan keberadaan suatu bisnis. Selain itu, media sosial dapat memberikan efektivitas dalam mengkomunikasikan suatu produk yang dipasarkan oleh pengusaha kepada konsumen/calon konsumennya.

Media sosial yang seringkali digunakan oleh para pengusaha untuk melakukan kegiatan berbisnis dan pemasaran, antara lain; Instagram, TikTok, dan Facebook. Penggunaan beberapa media sosial tersebut dilakukan untuk menjalankan kegiatan promosi serta melakukan *branding* terhadap bisnis dan produk. Kegiatan promosi yang dilakukan meliputi; *mem-posting* foto produk, melakukan *live streaming*, membuat konten video pendek terkait produk, serta menjalankan beberapa kampanye sosial. Hal tersebut dilakukan agar bisnis dan produk yang dipasarkan dapat diketahui oleh banyak orang, sehingga terjadinya proses jual-beli. Kegiatan promosi perlu memiliki konsep dan strategi yang matang. Hal tersebut selaras dengan pengalaman belajar yang dimiliki oleh penulis selama masa perkuliahan dalam jurusan film di Universitas Multimedia Nusantara. Penulis

belajar bahwa dalam menyampaikan suatu pesan atau cerita melalui media film, membutuhkan perancangan konsep yang baik dan matang serta sesuai dengan konteks yang dimaksud. Hal tersebut bertujuan agar penonton dapat memahami dan menerima informasi yang ingin disampaikan oleh pembuat film tersebut.

Dalam mempersiapkan tenaga kerja yang memiliki keahlian dan profesionalitas, serta pengetahuan terhadap teori dan praktik, penulis melakukan kegiatan magang untuk mendapatkan pengalaman serta pelatihan praktik kerja. Penulis melakukan kegiatan magang di Pusat Bir Greenlake yang merupakan salah satu cabang dari toko/retail minuman beralkohol Pusat Bir Gading Serpong, sebagai konten kreator sosial media. Selain dari Pusat Bir Greenlake yang sedang membutuhkan konten kreator intern, penulis memilih Pusat Bir Greenlake sebagai tempat untuk melakukan kegiatan magang, karena pengalaman penulis yang pernah menjadi bagian dari tim publikasi dalam organisasi kampus dan organisasi luar kampus. Penulis ingin mengembangkan keterampilan dan mempraktikkan pengalaman belajar yang telah penulis dapatkan selama masa perkuliahan. Dengan melakukan kegiatan magang di Pusat Bir Greenlake, penulis diharapkan dapat memahami perkembangan trend dalam pembuatan video konten promosi, penggunaan media sosial sebagai media promosi, serta memenuhi kebutuhan dari pihak toko, yakni *founder* dan manajer dari Pusat Bir Greenlake.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Kegiatan kerja magang yang dilakukan penulis di Pusat Bir Greenlake, bertujuan untuk mempraktikkan pengetahuan teoritis yang dipahami oleh penulis selama proses pembelajaran dalam perkuliahan film di Universitas Multimedia Nusantara, serta memperkenalkan penulis terhadap situasi dunia bekerja secara nyata. Adapun tujuan lain dari kegiatan kerja magang yang akan dilakukan sebagai berikut:

1. Memiliki pengalaman dan pengetahuan dalam melakukan produksi video konten serta mengelola media sosial sebagai media promosi.
2. Memahami sistem bekerja dan manajemen produksi sebagai konten kreator.

3. Mengasah kreatifitas dalam pemilihan ide yang sesuai dalam pembuatan konten video.
4. Menambah wawasan dalam kebaruan trend yang sedang berkembang di media sosial.
5. Menjadi salah satu bentuk portfolio penulis dalam dunia bekerja secara professional.

Selain dari tujuan kegiatan kerja magang yang dimiliki penulis, sebagai bentuk kontribusi penulis terhadap instansi magang terkait, berikut manfaat dari kegiatan kerja magang yang dilakukan penulis:

1. Terciptanya hubungan yang baik dan professional antara Pusat Bir Greenlake dengan Universitas Multimedia Nusantara.
2. Meningkatkan engagement pada sosial media Instagram Pusat Bir Greenlake.
3. Memiliki pilihan konten yang kreatif dan menarik sesuai dengan trend kekinian.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Kegiatan kerja magang di Pusat Bir Greenlake dilaksanakan dalam waktu kurang lebih empat bulan yang dihitung mulai dari 16 Juli 2024 sampai dengan perkiraan selesai pada 16 November 2024. Kegiatan kerja magang dilakukan oleh penulis secara WFO (*work from office*) di toko yang berlokasi di Greenlake City, Duri Kosambi, Cengkareng, Jakarta barat. Penulis berkesempatan langsung melihat aktivitas berjualan di toko dan memahami target customer yang berada di Pusat Bir Greenlake. Dalam kurun waktu satu bulan sekali, penulis akan melakukan meeting bersama *founder* dan manajer untuk melakukan diskusi ide konten yang akan dibuat untuk kepentingan promosi. Selain itu, penulis juga melaporkan efektifitas terkait ide konten yang telah berjalan sebagai bahan evaluasi untuk ide konten selanjutnya.

Dalam kegiatan kerja magang di Pusat Bir Greenlake, penulis dibimbing oleh *supervisor* dan *advisor*. Dalam kegiatan kerja magang, *supervisor* berperan dalam pengawasan terhadap perkembangan progres dan kebutuhan administratif

dari pekerjaan yang akan dilakukan oleh penulis. *Supervisor* juga menjadi penghubung dalam komunikasi antara penulis dengan *founder* dan *co-founder* serta customer di Pusat Bir Greenlake untuk keperluan ide kreatif. Dalam kegiatan kerja magang yang dilakukan penulis, *advisor* berperan sebagai pembimbing akademik yang memastikan kegiatan kerja magang telah sesuai dengan standar prosedur kampus dan instansi magang terkait. Sebelum melakukan kegiatan kerja magang, terdapat beberapa tahap yang ditempuh oleh penulis, yakni sebagai berikut:

1. Pengajuan Lamaran

Penulis mengajukan lamaran kerja dengan rekomendasi lowongan pekerjaan dari saudara penulis yang sedang memerlukan konten kreator intern untuk keperluan promosi di toko/retail minuman beralkohol Pusat Bir Greenlake.

2. Tahap Wawancara

Setelah pengajuan lamaran diterima, penulis melakukan tes wawancara dengan *Supervisor* dan melakukan tanya jawab terkait portfolio serta pengalaman dari latar belakang studi yang dimiliki oleh penulis.

3. Tahap Konfirmasi dan Pembekalan Awal

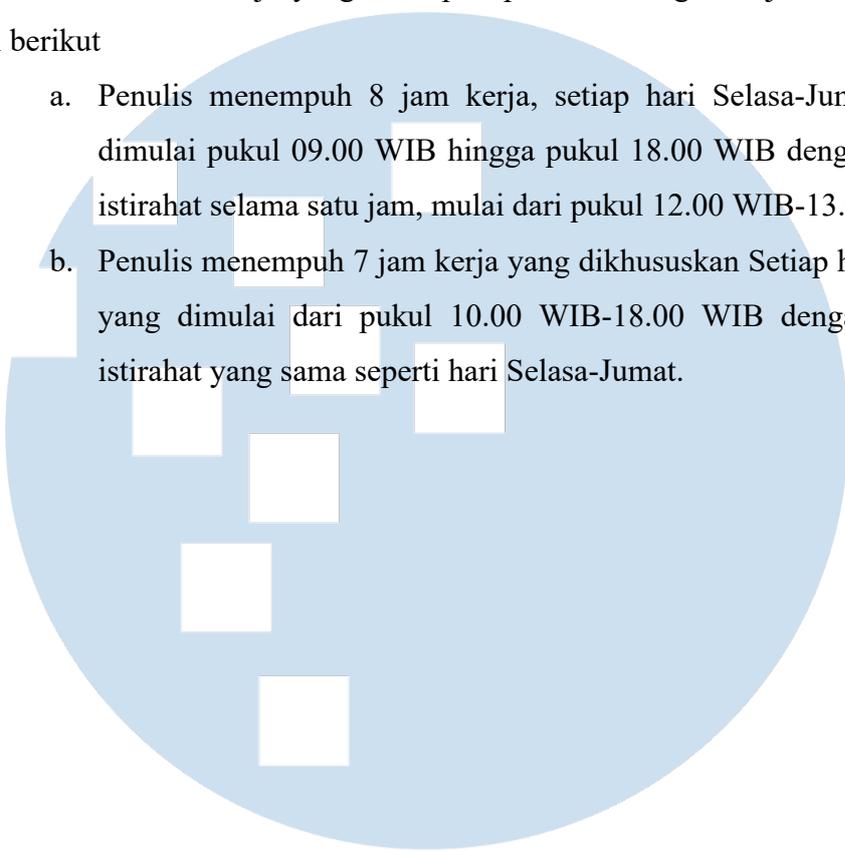
Setelah melalui tahap wawancara, penulis dinyatakan diterima untuk melakukan kegiatan kerja magang di toko/retail minuman beralkohol Pusat Bir Greenlake. Pada tahap ini juga penulis menyelesaikan kebutuhan administratif yang dibutuhkan oleh pihak instansi magang yang dipandu oleh *supervisor*. Penulis juga dibekali terkait informasi penting dari pihak instansi magang, seperti: media sosial yang dimiliki (Instagram dan Website), informasi tentang prosedur kerja, pengenalan terhadap jenis-jenis minuman beralkohol, serta informasi seputar penjualan beralkohol.

4. Pelaksanaan Kegiatan Kerja Magang

Penulis melakukan kegiatan kerja magang secara WFO (*work from office*) di Pusat Bir Greenlake setiap hari Selasa-Sabtu. Hal ini disesuaikan dengan keadaan toko yang berpotensi ramai dan adanya pengambilan dokumentasi secara langsung untuk

keperluan kreatif. Jam kerja yang ditempuh penulis terbagi menjadi dua, yakni sebagai berikut

- a. Penulis menempuh 8 jam kerja, setiap hari Selasa-Jumat, yang dimulai pukul 09.00 WIB hingga pukul 18.00 WIB dengan waktu istirahat selama satu jam, mulai dari pukul 12.00 WIB-13.00 WIB.
- b. Penulis menempuh 7 jam kerja yang dikhususkan Setiap hari Sabtu yang dimulai dari pukul 10.00 WIB-18.00 WIB dengan waktu istirahat yang sama seperti hari Selasa-Jumat.

A large, light blue watermark logo of Universitas Multimedia Nusantara (UMMN) is centered on the page. It features a stylized 'U' shape with a grid of squares inside, and the letters 'UMMN' in a bold, sans-serif font below it.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA