

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri *fashion* saat ini berkembang pesat dan terus mengalami perkembangan yang positif, terdapat banyak tren-tren *fashion* baru dan perubahan selera konsumen. Salah satu hal yang mendorong perkembangan *fashion* saat ini adalah meningkatnya minat konsumen terhadap variasi *style* dan juga keberagaman terhadap semua bentuk dan jenis dalam produk *fashion*. Menurut Thomas Karlyle (2004) *fashion* adalah cerminan dari jiwa, pakaian bisa dianggap sebagai kulit sosial yang membawa pesan dan mencerminkan perjalanan manusia. Maka dari itu, penggunaan pakaian dapat mengekspresikan diri mencakup pilihan warna, gaya, dan aksesoris. Di Indonesia, fenomena ini juga terlihat dari semakin populernya *brand fashion* lokal yang kualitas produknya tidak kalah dengan produk luar negeri.

Saat ini, konsumen Indonesia lebih banyak yang memilih *brand fashion* lokal karena produk-produk tersebut lebih relevan dengan kebutuhan sehari-hari dan juga memberikan dampak positif bagi perekonomian nasional (Burman, 2004). *Brand* lokal NINETTE memanfaatkan peluang ini dengan merilis koleksi *fashion* yang sesuai dengan tren terbaru dan disukai oleh pasar. Hal ini menunjukkan *brand* lokal mempunyai daya saing yang kuat dari segi kualitas dan relevansi produk.

Selain itu, media sosial sekarang merupakan peran yang sangat penting dalam pemasaran *brand fashion*. Terutama pada platform seperti *Instagram* dan *TikTok* yang menjadi sarana utama *brand* untuk berinteraksi dengan konsumen, promosi produk serta membangun hubungan yang lebih dekat untuk meningkatkan loyalitas (Fatimah, 2023). Mengutip dari *NuOrder by Lightspeed* (2024), terdapat lebih dari 167 juta pengguna media sosial di Indonesia yang membuat *brand fashion* mempunyai peluang besar untuk memanfaatkan *platform* media sosial

dalam memperkenalkan produk dan mendapat kritik dan saran langsung dari konsumen.

Peran *content creator* dalam pemasaran digital sangat penting di era digital ini. *Content creator* bertugas untuk membuat konten yang menarik dan relevan dan mengikuti tren yang sedang ramai dibicarakan. *Content creator* juga mengelola interaksi media sosial dengan konsumen dan mendukung strategi pemasaran untuk meningkatkan kesadaran merek suatu *brand* (Alam, 2023).

NINETTE adalah *brand fashion* yang didirikan pada tahun 2019, berfokus pada pakaian dengan gaya Korea yang *trendy* dan *modern*. *Brand* ini cocok untuk kalangan muda yang ingin tampil *fashionable* dan mengikuti tren terkini. NINETTE menyediakan produk berkualitas dengan desain yang *fresh* dan *up to date*, serta berusaha menciptakan pengalaman *shopping* yang menyenangkan bagi para konsumennya.

Penulis sendiri menyadari betapa pentingnya peran *content creator* dalam mendukung suatu *brand* yang mendorongnya untuk mempelajari bidang ini lebih mendalam. Penulis memutuskan untuk menjalani magang di sebuah *brand fashion* yang bernama NINETTE karena tertarik pada pembuatan strategi konten yang efektif dalam mempromosikan produk dan meningkatkan keterlibatan dengan konsumen. Melalui magang ini, penulis berharap dapat berkontribusi secara nyata terhadap pengembangan *brand* NINETTE, sekaligus memperoleh pengalaman dan wawasan berharga yang dapat dijadikan bekal dalam karier sebagai *content creator* di masa depan.

1.2 Tujuan Magang

Adapun maksud dan tujuan kerja magang yang diselenggarakan yaitu untuk memenuhi syarat kelulusan dari Universitas Multimedia Nusantara dan mendapatkan gelar sarjana (S.Ds.). Selain itu, penulis memiliki tujuan spesifik yang ingin dicapai seperti:

1. Mendapatkan pengalaman positif di dunia kerja, termasuk cara berkomunikasi, sistem kerja dan peraturan yang berlaku di lingkungan profesional.
2. Memperluas ilmu yang telah dipelajari dalam perkuliahan seperti *Marketing Digital Media, Visual and Photographic Communication, Marketing Public Relations*, dan *Digital Graphic Communication*.
3. Mendapatkan pengetahuan baru dan pengalaman kerja, serta mengembangkan *soft skills* seperti manajemen waktu yang efektif, *teamwork*, dan menambah relasi yang dapat bermanfaat untuk perkembangan karier di masa depan.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang

Penulis melakukan kerja magang di sebuah *brand fashion* bernama NINETTE yang terletak di Jl. Melawai 3 No.7 Blok M, Melawai, Kec. Kby. Baru, Jakarta, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12160. Dalam menyelesaikan program *Internship Track 1* ini penulis membutuhkan minimal 640 jam kerja yang setara dengan 20 SKS untuk dapat mengikuti sidang magang. Berikut adalah penjabaran waktu pelaksanaan kerja magang beserta alur pelaksanaan magang.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Magang

Penulis menjalani program magang selama 6 bulan yaitu kurang lebih 840 jam sesuai dengan kebijakan *brand*, dimulai dari tanggal 01 Agustus 2024 hingga 01 Februari 2025. Sistem magang yang diterapkan bersifat fleksibel, dimana penulis bekerja secara *WFO (Work from Office)* maupun *WFH (Work from Home)* dengan kehadiran di kantor yang diatur sesuai kebutuhan *brand*. Terdapat ketentuan tambahan untuk bekerja diluar kantor jika terdapat *outdoor photoshoot*. Durasi jam kerja juga sangat fleksibel direntang 7-9 jam per hari, termasuk 1-2 jam istirahat.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Magang

Sebelum melaksanakan magang, penulis mendapatkan *briefing* magang yang diselenggarakan di kampus pada tanggal 26 April 2024. Tujuan

dari *briefing* ini adalah memberikan pemahaman mengenai sistem magang di Universitas Multimedia Nusantara serta menjelaskan aturan-aturan yang harus dipatuhi oleh mahasiswa yang akan melakukan magang. Terdapat beberapa program magang yang ditawarkan dan penulis memilih *Internship Track 1* dengan bobot 20 SKS. Setelah *briefing* ini, mahasiswa dapat mempersiapkan diri untuk mencari lowongan magang dan memulai kerja magang.

Pada bulan Juni 2024, penulis mulai mencari informasi lowongan magang pada beberapa perusahaan di berbagai jenis industri. Pada tanggal 06 Juni 2024 penulis mengajukan usulan tempat magang pada *website* merdeka.umn.ac.id yaitu *brand clothing* bernama NINETTE. Setelah mengajukan usulan tempat magang dan melakukan registrasi, penulis menerima email dari info_mbkm pada tanggal 12 Juni 2024 bahwa kaprodi telah melakukan *approve* untuk registrasi kegiatan Kampus Merdeka *Internship Track 1*. Penulis mendapatkan MBKM-01 *Cover Letter* MBKM *Internship Track 1*. Setelah mendapatkan informasi tersebut, penulis langsung mengirimkan *Cover Letter*, CV, dan Portofolio kepada email yang tertera pada *highlight story Instagram* NINETTE. Kemudian pada tanggal 26 Juni 2024, penulis mendapatkan pesan melalui *WhatsApp* dari salah satu anggota *creative team* NINETTE yaitu Karin Andrian untuk melakukan wawancara secara *online* melalui *Zoom* pada tanggal 27 Juni 2024 pukul 10.00 WIB. Pada tahap ini, penulis menjawab beberapa pertanyaan dan berdiskusi mengenai tanggal kerja dan aturan pelaksanaan kerja magang di NINETTE.

Pada tanggal 20 Juli 2024, penulis mendapatkan kabar bahwa penulis diterima di *brand* NINETTE sebagai *digital content creator* untuk *social media*. Setelah diterima, penulis mendapatkan MKBM-02 MBKM *Internship Track 1 Card*. Setelah itu, pada tanggal 29 Juli 2024 penulis mendapatkan surat penerimaan magang dari NINETTE dan penulis akan memulai kerja magang pada tanggal 01 Agustus 2024 hingga 01 Februari 2025 yang

memiliki total 840 jam diluar jam kerja *WFH (Work from Home)*. Mulai dari tanggal 01 Agustus 2024, penulis akan melakukan *update* pada *daily task* di Kampus Merdeka dengan menulis tanggal, waktu, deskripsi kegiatan kerja selama bekerja. *Daily task* tersebut juga akan di pantau oleh *supervisor* dan *advisor* penulis untuk melakukan *approve*. Setelah *daily task supervisor* dan *advisor* terpenuhi, penulis mendapatkan MBKM-03 *Daily Task – Internship Track 1* bersama dengan tanda tangan *supervisor* dan MBKM-04 *Verification Form of Internship Report MBKM Internship Track 1*. Untuk MBKM-04 akan ditanda tangani oleh dosen pembimbing dan juga *supervisor*.

