

BAB I

PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang

Perusahaan tempat akan melaksanakan kerja praktik adalah Bravo Supermarket Surabaya. Perusahaan ini bergerak di bidang retail yang menjual peralatan dan kebutuhan sehari-hari bagi pengunjungnya. Didirikan pada tahun 2022, perusahaan ini telah berhasil membangun reputasi yang baik dalam industri retail. Industri retail saat ini dihadapkan pada tantangan seperti persaingan global dan perubahan tren konsumen. Namun, ada juga peluang signifikan seperti pertumbuhan pasar baru, adopsi teknologi baru, atau meningkatkan efisiensi operasional. Dengan pemahaman yang lebih dalam tentang konteks dan dinamika perusahaan serta industri di tempat akan menjalani kerja praktik, yakin bahwa dapat memberikan kontribusi yang berarti dan juga belajar secara maksimal selama periode kerja praktik ini.

Tertarik untuk melaksanakan kerja praktik di perusahaan ini karena reputasi perusahaan yang baik, inovasi dalam industri, dan kesempatan untuk belajar dari para ahli. Selain itu, pengalaman di perusahaan ini akan memberikan wawasan yang berharga dalam mengembangkan keterampilan dan pengetahuan praktis dalam bidang content creator. Penulis merasa siap untuk mengambil tantangan dalam kerja praktik ini berdasarkan pengalaman akademis di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya pada program studi Ilmu Komunikasi, di mana di tempat tersebut telah memperoleh pengetahuan mendalam tentang *content creator* dan media sosial.

Selama kerja praktik, diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti dengan strategi pemasaran kreatif. Ditambah berkomitmen untuk belajar dengan cepat, beradaptasi dengan lingkungan kerja yang dinamis, dan memberikan hasil yang bernilai bagi Bravo Supermarket Surabaya. Minat dalam *content creator* tumbuh dari ketertarikan pribadi dan tren pasar yang menjanjikan. Dalam industri ini tidak hanya menawarkan peluang karir yang menarik tetapi juga berperan penting dalam membentuk masa depan ekonomi dan sosial. Kerja praktik ini merupakan kesempatan yang ideal bagi mengaplikasikan pengetahuan teoritis yang telah dipelajari di kampus ke dalam konteks praktis yang nyata. Dengan menghadapi tantangan dan proyek yang ditawarkan oleh Bravo Supermarket Surabaya, saya akan dapat memperluas pemahaman dalam bidang *content creator*.

Perkembangan industri kreatif dan digital berkembang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir karena meningkatnya akses internet dan penetrasi media sosial. Hal ini menciptakan ekosistem yang membutuhkan kehadiran konten berkualitas tinggi untuk menarik audiens dan menjaga keterlibatan pengguna di berbagai platform digital. Dalam konteks ini, peran pembuat konten menjadi semakin penting, terutama dalam strategi pemasaran digital berbasis kekuatan konten. Selain membuat konten visual, tertulis, atau audio, pembuat konten harus mampu menyampaikan pesan yang efektif, mempromosikan produk dan layanan, serta meningkatkan brand awareness melalui konten yang kreatif dan menarik. Di era digital yang semakin kompetitif, kualitas konten menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan.

Audience terus-menerus dihadapkan pada berbagai jenis informasi dan iklan, sehingga tantangan bagi pembuat konten adalah membuat konten yang menonjol dari yang lain dan memberikan nilai kepada *audiens* target. Oleh karena itu, pembuat konten tidak hanya harus memiliki kreativitas tetapi juga keterampilan seperti pemahaman mendalam tentang tren digital, teknik pengeditan, penggunaan perangkat lunak desain, dan strategi pemasaran konten yang efektif. Pekerjaan langsung di bidang pembuat konten juga memberikan peluang untuk terlibat langsung dalam kolaborasi tim dalam berbagai peran kreatif, antara lain melibatkan desainer grafis, fotografer, videografer, dan *copywriter*.

Interaksi ini tidak hanya memperkuat keterampilan teknis, namun juga meningkatkan keterampilan komunikasi dan kolaborasi, yang sangat penting dalam dunia kerja nyata. Mempelajari cara mengintegrasikan ide kreatif dari berbagai perspektif untuk membuat konten yang tidak hanya menarik secara visual, namun juga disesuaikan dengan tujuan pemasaran dan audiens. Selain itu, penting untuk memahami dinamika kerja di industri digital yang berubah dengan cepat, di mana kecepatan produksi dan kemampuan beradaptasi terhadap tren baru adalah kunci kesuksesan. Dengan mengikuti berbagai proyek pembuatan konten, akan terbiasa menghadapi tenggat waktu yang ketat dan belajar cara mengelola stres dan memprioritaskan tugas secara efektif.

Di sisi lain, kerja praktik ini juga memberikan pemahaman tentang pentingnya analisis dan evaluasi konten. Setelah konten dipublikasikan, seorang *Content Creator* harus mampu mengevaluasi performa konten tersebut melalui berbagai alat analitik yang tersedia.

Dengan memahami data dan insight yang didapat dari *platform* seperti media sosial atau situs web, mahasiswa akan belajar bagaimana mengukur keberhasilan konten, menyesuaikan strategi berdasarkan respons *audiens*, dan terus melakukan literasi untuk meningkatkan kualitas dan efektivitas kampanye selanjutnya. Ini menekankan bahwa pembuatan konten tidak hanya soal kreativitas, tetapi juga soal strategi yang berkelanjutan dan berorientasi pada hasil yang terukur.

Pekerjaan praktis ini juga memberi kesempatan untuk melihat bagaimana perubahan tren digital memengaruhi strategi konten. Misalnya, tren media sosial sering kali berubah dengan sangat cepat, sehingga mengharuskan pembuat konten menyesuaikan gaya, format, dan platform distribusi mereka agar tetap relevan dan efektif. Cara merespons tren baru dan memanfaatkan peluang viral sambil menjaga kualitas dan relevansi pesan mereka. Adaptasi yang cepat dan inovatif inilah yang membedakan para pembuat konten sukses di dunia digital yang selalu berubah. Pengalaman kerja di bidang pembuat konten juga memberikan wawasan tentang pentingnya menyeimbangkan kreativitas dan kebutuhan bisnis.

Di sisi lain, konten yang dibuat harus menarik, inovatif, dan segar agar bisa menonjol dari ribuan konten lain yang beredar setiap hari. Namun, konten juga harus selaras dengan tujuan bisnis Anda, seperti meningkatkan penjualan, memperluas jangkauan pasar, dan membangun loyalitas pelanggan..

I.2. Bidang Kerja Praktik

Bidang kerja praktik yang diambil yaitu pada divisi *content creator*.

I.3. Tujuan Kerja Praktik

Tujuan dari kerja praktik dalam bidang *content creator* adalah untuk mengembangkan pemahaman yang mendalam dan pengalaman praktis dalam bidang *content creator*. Fokus utama saya adalah memperdalam keterampilan dalam merancang pesan-pesan yang efektif untuk mencapai target *audiens*, menggunakan media sosial dan *platform digital* untuk memperluas jangkauan dan keterlibatan, serta memahami analisis data untuk mengoptimalkan kampanye. Saya juga bertujuan untuk mengasah kreativitas dalam menciptakan konten yang menarik dan relevan, serta meningkatkan keterampilan dalam berkolaborasi dengan tim dan mengelola proyek secara efisien. Melalui pengalaman ini, saya berharap dapat mempersiapkan diri untuk memulai karir yang sukses dalam industri yang dinamis dan berubah-ubah ini.

I.4. Manfaat Kerja Praktik

Peluang karir di sektor komunikasi ini memberikan manfaat berharga dalam hal pengembangan profesional dan pengalaman. Mendapatkan pengalaman langsung dalam merencanakan dan menerapkan strategi komunikasi yang efektif berdasarkan tujuan bisnis dan kebutuhan pasar. Selain itu, keterampilan analitis akan dikembangkan untuk mengukur dan meningkatkan efektivitas konten dan merancang konten baru yang menarik dan relevan dengan target *audiens*. Pengalaman tersebut juga memberikan pengetahuan mendalam tentang industri pemasaran, termasuk tren saat ini, teknologi yang digunakan, dan perilaku konsumen yang mempengaruhi strategi komunikasi.

Kolaborasi dalam kelompok yang berbeda akan meningkatkan pengalaman kerja dan meningkatkan kemampuan berkomunikasi dan berkolaborasi secara efektif dengan rekan kerja. Selain itu, kegiatan ini bersifat

praktis dan memberikan kesempatan untuk membangun jaringan profesional yang berharga dengan bertemu dan belajar dari para profesional dan praktisi. Jadi, pekerjaan praktis dalam content creator tidak hanya akan memberikan pengalaman kerja, tetapi juga memberi pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk memulai karir yang sukses di bidang *content creator*.

I.5. Tinjauan Pustaka

I.5.1. Content Creator

Menurut Coach B, definisi *content creator* adalah profesi yang membuat konten berupa teks, gambar, video, suara, atau gabungan dua materi atau lebih. Konten ini dibuat untuk media khususnya media digital seperti YouTube, Snapchat, Instagram, dan website (Coach: 2020). Mereka harus memahami tren dan preferensi *audiens* serta mampu dengan cepat beradaptasi terhadap perubahan algoritma dan kebutuhan *platform* yang mereka kerjakan. Selain itu, keterampilan teknis seperti pengeditan video, penulisan skenario, fotografi, dan penggunaan perangkat lunak desain grafis juga diperlukan. Pembuat konten tidak hanya fokus pada pembuatan konten, tetapi juga membangun dan memelihara hubungan dengan *audiensnya* melalui interaksi dan keterlibatan aktif. Beberapa perusahaan menghasilkan uang melalui kolaborasi dengan merek, pemasaran afiliasi, memonetisasi platform mereka, atau menjual produk mereka sendiri. Dengan berkembangnya media digital, profesi pembuat konten menjadi semakin penting dalam dunia pemasaran dan komunikasi modern.

I.5.2. Media

Media adalah media yang digunakan untuk membawa atau menyampaikan pesan, dan media adalah cara atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan antara komunikator dan komunikan. Diadaptasi dari Media Pendidikan oleh Arif S Sadiman (2014) Media adalah alat fisik yang menyampaikan pesan dan memotivasi siswa untuk belajar. Media memainkan

peran penting dalam kehidupan masyarakat. Media membantu orang memahami, mendidik, menghibur, dan terhubung.

Media juga membantu masyarakat membuat keputusan yang tepat dan berpartisipasi dalam masyarakat demokratis. Penting bagi masyarakat untuk cerdas dan kritis. Masyarakat harus selalu mencari informasi dari sumber yang dapat dipercaya dan memverifikasi informasi sebelum dipublikasikan. juga harus mewaspadaikan konten negatif dan membatasi waktu menonton media Anda.

I.5.3. Media Sosial

Sebuah media di Internet yang memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan diri, berinteraksi, berkolaborasi, dan berbagi (Nasrullah, 2015). Media sosial adalah *platform digital* yang memungkinkan pengguna berinteraksi, berbagi konten, dan berjejaring secara online. Platform ini mencakup berbagai bentuk komunikasi seperti teks, gambar, video, dan audio. Media sosial digunakan tidak hanya untuk komunikasi pribadi, tetapi juga untuk tujuan bisnis, pemasaran, pendidikan, dan hiburan.

Media sosial, dengan fitur interaktifnya, memungkinkan pengguna membuat dan berbagi konten, memberikan umpan balik melalui komentar dan reaksi, serta berpartisipasi dalam diskusi dan komunitas yang sesuai dengan minat mereka. Algoritme yang digunakan oleh platform ini sering kali menyesuaikan konten berdasarkan preferensi dan perilaku Anda, sehingga menciptakan pengalaman yang lebih personal. Media sosial juga berperan penting dalam penyebaran informasi yang cepat, namun juga menimbulkan tantangan terkait privasi, keamanan data, dan penyebaran misinformasi dan disinformasi.