

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi saat ini adalah hal yang umum dan bukan sesuatu yang baru dalam lingkup masyarakat. Karena segala sesuatu yang dikerjakan menggunakan teknologi terbaru akan lebih mudah dan efisien. Salah satu keuntungannya juga adalah dengan adanya teknologi ini mempermudah masyarakat dalam mengakses berbagai informasi.

Pada era 4.0 ini banyak perusahaan yang berlomba-lomba menarik minat pasar dengan menggunakan strategi *Digital Marketing* untuk memenangkan pasar persaingan, karena perusahaan yang sudah lama berdiri pun masih berlomba-lomba untuk menjadi yang terdepan. Menurut pengamatan penulis dengan adanya perkembangan teknologi ini maka terjadinya peningkatan kebutuhan marketing dalam bentuk *digital* untuk memasarkan sebuah produk karena ditemukan kemudahan dalam memasarkan sesuatu, tetapi didalamnya terdapat faktor-faktor penting dalam memproduksi pemasaran *digital* salah satunya yaitu *content marketing*. “*Content Marketing* adalah teknik pemasaran untuk menciptakan dan mendistribusikan konten yang relevan dan berharga untuk menarik, target audience yang jelas guna mendorong tindakan pelanggan yang menguntungkan” (Pullizi, 2012). Maka dengan kehadiran pemasaran *digital* ini sangat membantu karena memiliki banyaknya keuntungan terutama jangkauan dengan cakupan yang luas.

Dalam membuat suatu konten untuk promosi diperlukan sesuatu yang menarik minat pembeli agar informasi dapat tersampaikan, salah satunya dengan menggunakan *talent/model*. Talen ataupun model biasa disebut juga sebagai *artist*, menurut Morrow (2018), *Artist* adalah pekerja kreatif yang mendorong pertumbuhan industri kreatif dan budaya. Talen dan model merupakan seseorang yang dipekerjakan dengan tujuan untuk menampilkan dan mempromosikan suatu produk dengan tujuan iklan atau promosi lainnya. Pada saat ini adanya perbedaan yang cukup besar dalam

pengajuan talent untuk memperoleh pekerjaan karena saat ini sangat bergantung pada teknologi, sebelumnya pengajuan model harus menggunakan foto cetak 4R di studio foto sebanyak 3 lembar dengan kriteria foto berisikan *close up*, *half body* dan juga *full body* lalu dikirimkan menggunakan pos dan ditujukan ke kantor yang mencari model, lalu harus adanya esai yang menceritakan diri talent dan juga informasi fisik talent setelah itu masih adanya *screening* untuk melihat fisik asli talentnya karena banyaknya talent-talent yang mengelabui data fisiknya. Tetapi beda dengan sekarang ini secara keseluruhan menggunakan internet, para model bisa langsung kirim *comcard* terbaiknya yang berisikan foto *close up*, *half body* dan juga *full body* dan tidak diharuskan foto studio, lalu dikirimkan menggunakan sosial media seperti whatsapp hingga telegram. Walaupun tetap adanya seleksi secara tatap langsung tetapi prosesnya lebih mudah dari sebelumnya.

Selain itu adanya peningkatan dalam membuat *content marketing* secara *photoshoot* maupun *videoshoot* pada era 4.0 ini karena penyampiannya melalui sosial media yang tidak menggunakan anggaran yang tinggi dibandingkan dengan komersil pada televisi sehingga adanya peningkatan juga dalam permintaan *talent/model* untuk konten marketing sehingga terciptalah *talent management*. Menurut Lewis dan Heckman (2006) *Talent management* adalah sebuah proses secara keseluruhan mulai dari rekrutmen, penempatan, sampai pengembangan dan perencanaan untuk pengembangan talent ke arah yang lebih baik. Secara umum diketahui bahwa *talent management* adalah salah satu usaha dibidang pengelolaan sumber daya talent. pada umumnya talent management mencari dan mengembangkan talent agar para talent dapat bekerja sama dengan brand-brand ternama. Selain itu juga *talent management* harus memiliki relasi yang cukup banyak bukan hanya terhadap talent tetapi juga terhadap agensi sosial media maupun *production house*.

Kebanyakan *Talent management* adalah perusahaan yang memberikan kontrak talent sebelum berjalannya kerjasama, karena sebagai *Talent management* harus mencarikan kerjaan untuk talentnya, lalu

memberikan pelatihan-pelatihan khusus seperti kelas modeling hingga akting, selain itu juga adanya fasilitas yang disediakan yaitu seperti tempat tinggal hingga *membership gym*. Sehingga pentingnya kontrak untuk mengurangi risiko talent yang hanya menginginkan fasilitas yang sudah disediakan tetapi bermain dibelakang management. Karena *Talent management* sudah seharusnya mengembangkan talentnya bukan hanya keahlian tetapi juga fisiknya karena sebagai talent harus tetap berpenampilan menarik. Selain itu menurut Blass (2007) pentingnya untuk para talent memenuhi persyaratan kompetensi dan kinerja dari proses *talent management* agar dapat terus berkembang dan maju.

*N-Talent management* adalah sebuah usaha dibidang pengelolaan sumber daya talent, saat ini masih tergolong sebagai pencari maupun perantara antar agensi / *production house* dengan para *freelancer*, karenanya belum adanya keterikatan kontrak dengan para talent. *N-Talent Management* ini berdiri karena pendirinya yaitu Usynada Vica, melihat adanya peluang yang cukup besar dengan meningkatnya permintaan talent saat ini, sebab adanya perubahan drastis dalam pemasaran sehingga kebutuhan tambahan untuk mendapat daya tarik konsumen, yaitu menggunakan talent terutama dalam pemasaran *digital*. Walaupun ada peluang besar tetapi ada juga kesulitan dalam membesarkan sebuah *talent management* karena *key resources* sebuah *talent management* berada pada talentnya tersendiri.

## **1.2 IDENTIFIKASI MASALAH**

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas maka perlu mengidentifikasi masalah yang muncul dan dapat disimpulkan bahwa yang menjadi dasar permasalahan adalah

1. Talent menjadi *key resources* utama sebuah *talent management*, bagaimana perannya dalam membangun *talent management*.

2. Adanya kesulitan dalam membesarkan usaha *talent management*, langkah apa yang harus dilakukan untuk mengembangkan sebuah *talent management*.

### **1.3 RUMUSAN MASALAH**

Dari pemaparan diatas maka ada beberapa perumusan masalah yang akan dipaparkan oleh penulis dibawah ini :

1. Bagaimana peran talent dalam mengembangkan usaha talent management?
2. Apa langkah-langkah yang harus dilakukan oleh N-Talent Management dalam pengembangan usaha ?

### **1.4 TUJUAN PENELITIAN**

Penulisan ini memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Mengetahui peran talent dalam mengembangkan usaha talent management.
2. Mengetahui langkah-langkah yang harus dilakukan agar dapat mengembangkan sebuah *talent management*.

### **1.5 MANFAAT PENELITIAN**

Penelitian mengenai strategi pengembangan usaha N-Talent Management ini memiliki manfaat sebagai berikut :

1. Memberi informasi tentang peran talent dalam mengembangkan usaha talent management.
2. Mengedukasi pembaca tentang strategi pengembangan usaha *Talent Management* saat kondisi usahanya belum mendapatkan kepercayaan dari *para client*.

### **1.6 RUANG LINGKUP**

## **1.7 SISTEMATIKA PENULISAN LAPORAN**

Agar dapat memberikan gambaran dengan jelas pada penulisan Tugas Akhir ini, maka penulis membaginya dengan beberapa bab sebagai berikut :

### **BAB 1 : PENDAHULUAN**

Pada bab pendahuluan penulis menjelaskan tentang latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup dan juga sistematika penulisan laporan sebagai pengenalan lebih terhadap penelitian ini.

### **BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab tinjauan pustaka berisikan tentang teori yang digunakan sebagai acuan dalam menyusun laporan akhir ini, pada bab ini penulis meneliti teori-teori mengenai *talent management*, *digital marketing* hingga mengenai *freelancer* melalui jurnal secara mendalam.

### **BAB 3 : METODE PENELITIAN**

Metode penelitian kali ini berisi tentang cara ataupun metode yang digunakan untuk melakukan penelitian, pada kesempatan kali ini penulis akan meneliti dengan metode deskriptif kualitatif yaitu menggali sesuatu secara mendalam lalu mengembangkan teorinya dengan subjek utamanya yaitu usaha *talent management* yang sedang berkembang ini.

### **BAB 4 : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisikan hasil dari penelitian dengan subjek N-Talent management tersendiri. Dengan pembahasan untuk menjawab rumusan masalah yang ada seperti bagaimana peran talent dalam mengembangkan talent management dan juga strategi pengembangan bisnis untuk N-Talent Management.

### **BAB 5 : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab terakhir ini menjelaskan tentang kesimpulan dan saran tetapi secara keseluruhan dapat disebut dengan ringkasan umum dari laporan proyek akhir ini, selain itu juga berisikan tentang saran yang dapat digunakan saat ingin membangun usaha talent management ini.

