

Dampak Pemasaran Produk Melalui Live Streaming Terhadap Terbukannya Lapangan Pekerjaan Baru Pada Platform LinkedIn

Rizky Febrian Putra

S1 Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, UPN "VETERAN" JAWA TIMUR,
Indonesia

Email: febrianrizky671@gmail.com

Fauzatul Laily Nisa

S1 Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomika dan Bisnis, UPN "VETERAN" JAWA TIMUR

Email: f.laily.nisa.es@upnjatim.ac.id

Abstrak

Di era digital saat ini, seluruh aktivitas usaha banyak dilakukan melalui media online. Begitu juga dengan metode untuk melakukan pemasaran produk. Banyak Perusahaan atau pelaku usaha yang sudah beralih melakukan pemasaran produk melalui media sosial. Salah satu caranya yakni memanfaatkan fitur live streaming yang ada pada media sosial tersebut. Dengan adanya fenomena tersebut, akan memberikan dampak pada peluang terbukannya lapangan pekerjaan baru Di Indonesia. Tujuan akhir dari penelitian ini ialah untuk melihat apakah dengan adanya fenomena pemasaran produk melalui live streaming apakah dapat membuka lapangan pekerjaan baru di Indonesia. Setelah penelitian ini dilakukan, telah dibuktikan bahwa adanya pemasaran produk melalui live stream dapat membuka peluang adanya lapangan pekerjaan baru yang ada pada platform LinkedIn. Beberapa lowongan yang tersedia diantaranya ialah Host live streaming, social media specialist, dan live streaming operator. Untuk host live streaming terdapat lima belas lowongan baru, social media specialist terdapat dua belas lowongan baru, sedangkan untuk live streaming operator terdapat delapan lowongan pekerjaan baru.

Kata Kunci : Pemasaran Produk, Live Streaming, Lapangan Pekerjaan, LinkedIn

Abstract

In today's digital era, all business activities are mostly carried out through online media. Likewise with methods for marketing products. Many companies or business actors have switched to marketing products through social media. One way is to take advantage of the live streaming feature on social media. With this phenomenon, it will have an impact on the opportunity to open new jobs in Indonesia. The ultimate goal of this study is to see whether the phenomenon of product marketing through live streaming can open up new jobs in Indonesia. After this research was conducted, it has been proven that the existence of product marketing through live streams can open up opportunities for new jobs on the LinkedIn platform. Some of the vacancies available include Live streaming hosts, social media specialists, and live streaming operators. For live streaming hosts, there are five..

Keywords: Product Marketing, Live Streaming, Employment, LinkedIn

PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya zaman, banyak pelaku usaha yang terus melakukan inovasi untuk memasarkan produk mereka agar dapat dijangkau oleh Masyarakat luas. Mereka dituntut untuk dapat memasarkan produk kepada masyarakat luas tanpa harus mengeluarkan banyak biaya untuk melakukannya. Karena adanya tuntutan tersebut, membuat para pelaku usaha akhirnya memilih sosial media sebagai media utama dalam memasarkan produk mereka. Sosial media sendiri adalah media online yang dapat diakses oleh penggunaannya melalui smartphone yang mereka miliki, dengan berbagai fitur pendukung seperti, akses komunikasi, jejaring sosial, forum dan beberapa fitur pendukung lainnya. Ada banyak platform sosial media yang digunakan oleh para pelaku usaha Di Indonesia untuk melakukan pemasaran produk, antara lain shopee, Tiktokshop, intagram, dan beberapa e-commerce lainnya.

Baru-baru ini berbelanja melalui live stream menjadi primadona bagi Masyarakat Indonesia untuk menemukan berbagai kebutuhan yang mereka inginkan secara online. Barang yang ditemukan pun cukup lengkap, Dari mulai pakaian, makanan, hingga perabotan rumah tangga yang dijual dan ditawarkan dengan harga menarik pun ada pada video live streaming tersebut. Adanya promo serta gratis ongkos pengiriman yang ditawarkan juga menjadi alasan masyarakat lebih senang melihat berbagai kebutuhan yang dicari melalui live stream daripada harus mengunjungi laman dari e-commerce yang dituju.

Live streaming sendiri merupakan salah satu jenis konten yang dibuat dengan cara pembuat konten melakukan video siaran langsung melalui platform media sosial tertentu. Konten yang dibuat akan ditayangkan secara langsung (tidak terdapat jeda), sehingga para penonton dapat berinteraksi dengan penyelenggara Live streaming melalui kolom komentar saat Live Streaming sedang berlangsung . Dengan demikian pemasaran produk melalui Live streaming dapat diartikan sebagai metode pemasaran dan penjualan produk yang memanfaatkan fitur live streaming pada untuk melaksanakan interaksi langsung dengan para pelanggan secara real time tanpa adanya jeda yang terjadi (Yogie Alontari et al., 2023).

Dengan adanya metode pemasaran produk melalui Live streaming, maka banyak pelaku usaha yang membutuhkan sumber daya manusia untuk menghandle berlangsungnya live streaming tersebut. Peristiwa tersebut pastinya akan membuka peluang adanya lowongan pekerjaan baru bagi masyarakat yang membutuhkan pekerjaan. Baru-baru ini banyak pemilik usaha melalui platform LinkedIn yang menyediakan lowongan pekerjaan untuk menghandle berjalannya pemasaran produk melalui Live streaming. Beberapa pekerjaan yang sedang banyak dicari oleh para pelaku usaha Di Indonesia antara lain Host live stream, Admin Penjualan, Live streaming operator, dan social media specialist (Kristiyanti Jurusan KPN STIMART & Lisda Rahmasari, 2015).

Berdasarkan pemaparan diatas, maksud dari peneliti melaksanakan penelitian tersebut ialah untuk memaparkan dampak dari adanya pemasaran produk melalui live streaming terhadap potensi munculnya lowongan pekerjaan baru yang ada di Indonesia khususnya yang ada pada platform LinkedIn. Tujuannya adalah untuk mengetahui apakah dengan sedang maraknya pemasaran produk melalui live streaming akan menambah sejumlah lowongan pekerjaan baru yang ada di Indonesia. Baru yang dimaksud oleh penulis yakni lowongan tersebut sebelumnya masih sedikit yang tersedia bahkan tidak ada. Maka dari itu penulis menganggap bahwa lapangan pekerjaan yang tersedia nantinya merupakan lapangan pekerjaan yang baru.

METODE PENELITIAN

Dalam melakukan penelitian terhadap terbukannya lapangan pekerjaan baru pada saat pemasaran produk melalui live streaming sedang banyak dilakukan, penulis menggunakan salah satu metode penelitian yakni kuantitatif. Metode

Kuantitatif sendiri memiliki arti sebagai suatu proses penelitian yang menggunakan angka sebagai alat dalam menganalisis hal yang ingin peneliti ketahui (Andi Fitriani Djollong, 2014). Penulis menggunakan data dalam meneliti apakah terdapat lowongan pekerjaan baru pada platform LinkedIn setelah adanya pemasaran produk melalui live streaming dikarenakan dalam prosesnya membutuhkan data berupa angka seperti jumlah pekerjaan baru yang muncul sebagai akibat dari adanya metode pemasaran tersebut. Untuk periode data yang penulis gunakan yakni pada periode Oktober hingga November. Data yang digunakan oleh penulis adalah data sekunder, yang artinya data didapatkan dari salah satu pihak kedua atau dengan mencari data dari sumber tertentu seperti menganalisa jurnal terkait, artikel, ataupun berita yang ada. Dalam prosesnya, penulis mengumpulkan berbagai data lowongan pekerjaan baru yang ada pada platform LinkedIn. Proses selanjutnya ialah meneliti apakah pada platform LinkedIn terdapat lowongan pekerjaan baru sebagai akibat adanya pemasaran produk melalui video Live Streaming.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis, pada platform LinkedIn terdapat beberapa lowongan pekerjaan baru yang muncul beberapa waktu ini. Munculnya lowongan pekerjaan tersebut juga sejalan dengan sedang banyaknya pelaku usaha yang memasarkan produknya melalui video live streaming. Lowongan pekerjaan yang muncul pun linear dengan fenomena yang ada, seperti Host live streaming, social media specialist, dan live stream operator. Beberapa pekerjaan tersebut tentunya sangat dibutuhkan oleh pelaku usaha untuk dapat handle adanya pemasaran produk yang mereka lakukan dengan cara live streaming.

Lowongan host live streaming, pekerjaan yang membutuhkan seseorang untuk menjadi host atau pembawa acara dalam live stream menjadi lowongan pekerjaan paling banyak yang tersedia pada platform LinkedIn setelah pemasaran melalui cara live stream populer dikalangan pelaku usaha. Menurut data yang telah penulis kumpulkan, pada bulan Oktober hingga November 2023 terdapat lima belas pekerjaan menjadi host live stream baru yang tersedia melalui platform LinkedIn. Angka tersebut tentunya telah terbukti bahwa adanya pemasaran produk melalui video live stream dapat membuka lapangan pekerjaan baru bagi Masyarakat Indonesia.

Lowongan social media specialist, pekerjaan yang biasa dilakukan oleh seseorang atau beberapa orang untuk handle akun sosial media sebuah Perusahaan atau produk. Dalam proses live stream, social media specialist bertugas menjadi orang yang mengurus setiap postingan dari akun sosial media. Postingan yang termasuk seperti, jadwal live, feeds, katalog produk, dan masih banyak lagi. Dalam melakukan itu semua, tentunya pelaku usaha memerlukan seseorang yang ahli dalam bidang tersebut. Menurut data yang telah penulis kumpulkan, dengan bulan yang sama yakni Oktober hingga November terdapat dua belas lowongan pekerjaan baru yang tersedia melalui platform LinkedIn.

Lowongan live stream operator, pekerjaan yang bertugas untuk mengatur dan mempersiapkan segala kebutuhan untuk live streaming. Beberapa hal yang dipersiapkan oleh operator antara lain, device kamera, tripod, mic dan masih

banyak lagi. Menurut data yang telah penulis kumpulkan, untuk lowongan pekerjaan menjadi live stream operator terdapat delapan lowongan pekerjaan baru yang tersedia melalui platform LinkedIn. Angka tersebut tentunya cukup banyak, walaupun pekerjaan operator live stream sendiri masih tergolong baru

Tabel 1. Ringkasan Lapangan Pekerjaan Baru

NO	LOWONGAN PEKERJAAN	NAMA PERUSAHAAN	KUANTITAS
1	Host Live Streaming	BHUMI Skincare, satya natura Indonesia,Zalora group, Scarlett Indonesia, Jet Commerce, PT. YUKK Kreasi Indonesia, Tjufoo, CV. Golden Techonlogy Indo, Sayurbox, Cakap, PT New Sea Indonesia, Sangkil.co, SKINTIFIC, Nice Kids, PT Sumber Bintang Perkasa	15
2	Social Media Specialist	Staffing Ninja,PT Easybook Indonesia, PT Sahabat Mikro Finte, Oliver Agency, Rocketindo,ProdentialIndonesia,Som ethinc, Scarlett Indonesia, Ultra Voucher, TDCX, PT Bio Organik Nusantara, Pas Furniture,	12
3	Live Stream Operator	PT. Deli Group Indonesia, Tiktok, Scarlett Indonesia, Somethinc, Deca Group, Catalyst, ByteDance	8
Jumlah Lowongan Tersedia			35

Sumber: www.Linkedin.com

Untuk lebih memperjelas tentang Perusahaan mana saja yang menyediakan lowongan pekerjaan baru, penulis menyajikan tabel yang berisi beberapa nama Perusahaan yang membutuhkan tenaga kerja untuk menghandle pemasaran produk yang mereka lakukan. Berdasarkan data, Perusahaan yang menyeiakan lapangan pekerjaan tersebut merupakan Perusahaan atau pelaku yang sering kita lihat di media sosial sehari-hari. Hal itu menunjukkan bahwa mereka memang sedang gencar melakukan live streaming untuk memasarkan produk mereka dan juga sedang membutuhkan lowongan pekerjaan yang sesuai dengan apa yang mereka butuhkan.

KESIMPULAN

Penutup berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulan menggambarkan jawaban dari hipotesis dan/atau tujuan penelitian atau temuan yang diperoleh. Kesimpulan Berisi

ringkasan hasil penelitian dan bahasan, relevan dengan temuan, disajikan dalam bentuk uraian, bukan numerikal. Saran menyajikan hal-hal yang akan dilakukan terkait dengan gagasan selanjutnya dari penelitian tersebut. Melihat data dan pembahasan yang ada, dampak pemasaran produk melalui Live Streaming memang nyata adanya. Pada kurun waktu kurang lebih dua bulan saja, terdapat 35 lowongan pekerjaan baru dengan berbagai macam pekerjaan yang berbeda. Hal tersebut memang menunjukkan bahwa, adanya metode pemasaran produk melalui Live Streaming ini baik bagi terbukannya lapangan pekerjaan baru Di Indonesia. Tidak hanya itu, pemasaran melalui live Streaming juga dapat menguntungkan pemilik usaha karena dapat mengeluarkan biaya yang lebih kecil untuk melakukan pemasaran produk. Umumnya pelaku harus terjun langsung ke suatu tempat tetapi, tetapi dengan adanya fitur Live Streaming membuat para pelaku usaha beralih untuk menggunakan metode tersebut.

REFERENSI

- Adrian, D., & Mulyandi, M. R. (2020). Manfaat Pemasaran Media Sosial Instagram Pada Pembentukan Brand Awareness Toko Online. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(2), 215–222. <https://doi.org/10.36418/jiss.v2i2.195>
- Andi Fitriani Djollong. (2014). *TEHNIK PELAKSANAAN PENELITIAN KUANTITATIF*.
- Kristiyanti Jurusan KPN STIMART, M., & Lisda Rahmasari, S. (2015). Website sebagai Media Pemasaran Produk-Produk Unggulan UMKM di Kota Semarang. In *JUNI* (Vol. 13, Issue 2).
- Kusuma Wardani, A., Sunt Servanda, M., & Patria, M. (2014). *ANALISIS PERBANDINGAN SEMANTIK DALAM SISTEM Pencarian dan Rekomendasi pada Tiga Jejaring Sosial (Facebook, Twitter dan LinkedIn)*. Universitas Gunadarma-Depok, 8.
- Robiatul Adhawiyah, Y. (2019). *PERAN PEMASARAN MEDIA SOSIAL DALAM Menciptakan Keputusan Pembelian Melalui Kesadaran Merek (Studi pada Instagram Clothing Line Bangjo)* (Vol. 14, Issue 2).
- Setyawan, R. A., & Marzuki, Y. (2018). Seminar Nasional Edusainstek *SURVEI APLIKASI VIDEO LIVE STREAMING DAN CHAT DI KALANGAN PELAJAR*. <http://mix.co.id/marcomm/brand-insight/research/top-5-smartphone-di-indonesia-pada-q1-2018>
- Siagian, A. O., & Martiwi, R. (2020). Kemajuan Pemasaran Produk Dalam Memanfaatkan Media Sosial Di Era Digital. In *Jurnal Pemasaran Kompetitif* (Vol. 3, Issue 3). <http://www.openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPK>
- Studi, P., Komunikasi, I., Dakwah, F., Komunikasi, D., Ampel, S., Yani, S. J. A., Surabaya, J., Timur, I., Achmad, Z. A., Zendo Azhari, T., Naufal Esfandiar, W., Nuryaningrum, N., Farah, A., Syifana, D., & Cahyaningrum, I. (2020). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM PEMASARAN PRODUK UMKM DI KELURAHAN SIDOKUMPUL, KABUPATEN GRESIK*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1). <https://doi.org/10.15642/jki.2019.9.2.239-263>

- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta*, 2(2), 271–278. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>
- Yogie Alontari, Robby Rachman Nurdiantara, Asmarandani Heryadi Putri, & Taufiq Furqon Nurhakim. (2023). Direct Selling Di Era Digital Melalui Online Store Di Media Sosial: Studi Pada Konten Live Streaming Tiktok. *KOMVERSAL*, 5(2), 262–276. <https://doi.org/10.38204/komversal.v5i2.1500>