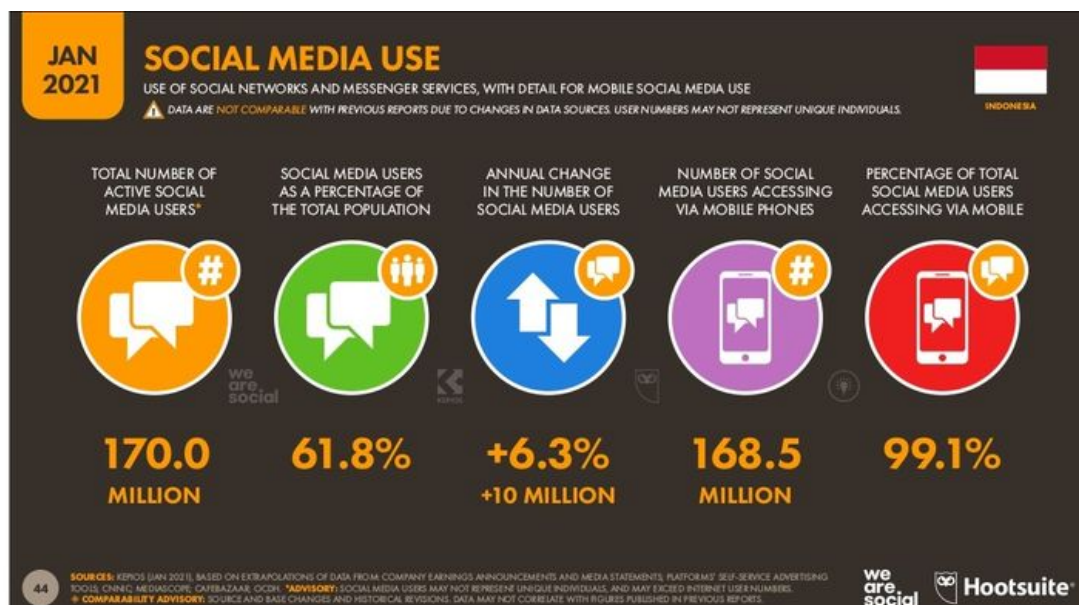


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang (gambaran mengenai industry, perusahaan, dan pekerjaan)

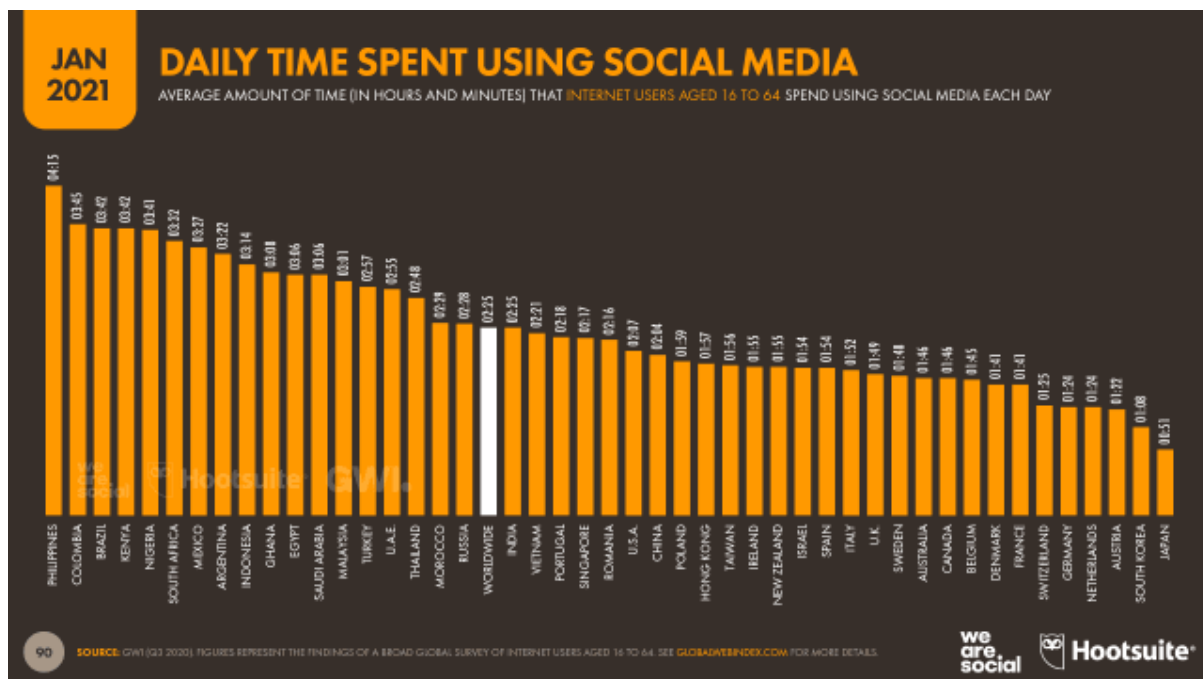
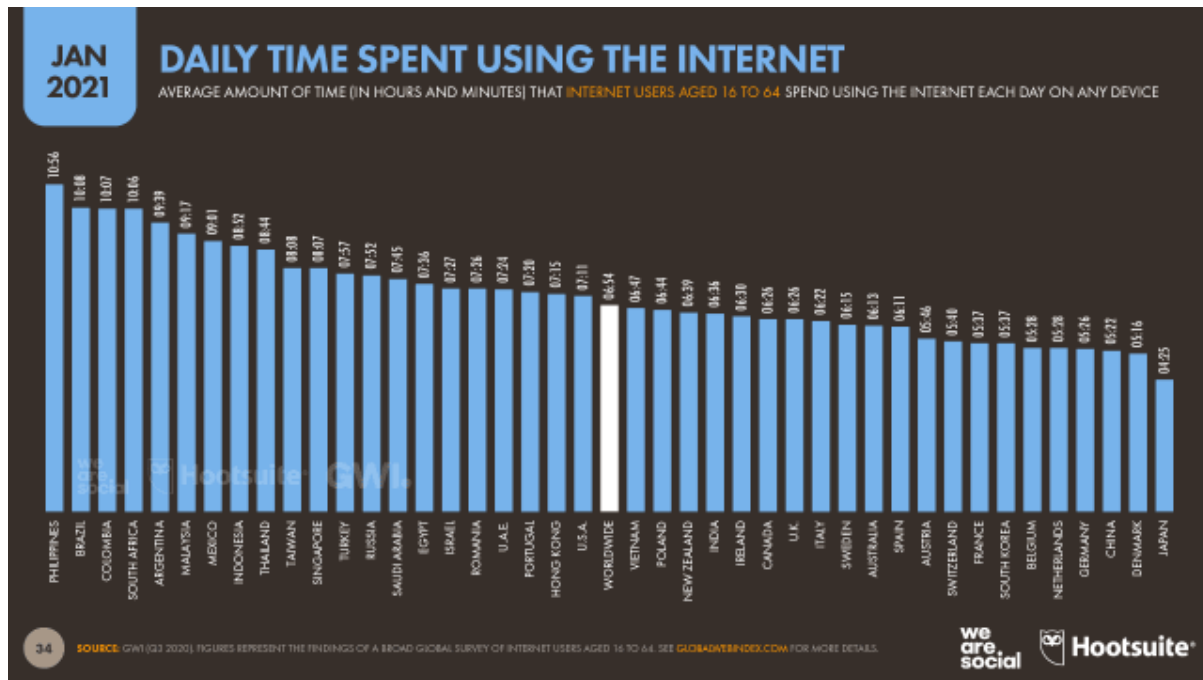
Berdasarkan data agensi marketing We Are Social dan platform manajemen media sosial Hootsuite yang diambil dari digital 2021: *The Latest Insights into The State of Digital* itu, disebutkan bahwa dari total 274,9 juta penduduk di Indonesia, 170 juta di antaranya telah menggunakan media sosial. Dengan demikian, angka penetrasinya sekitar 61,8 persen. (Kompas.com, 2021)



Gambar 1. 1 Data Pengguna Media Sosial di Indonesia

Sumber: Kompas.com,2021

Berdasarkan gambar 1.1, Angka pengguna aktif media sosial di Indonesia tersebut tumbuh sebesar 10 juta atau sekitar 6,3 persen dibandingkan bulan Januari 2020. Dalam periode yang sama, pengguna internet di Indonesia tumbuh 27 juta atau 15,5 persen menjadi 202,6 juta. (Kompas.com, 2021)



Gambar 1. 2 Waktu yang dihabiskan untuk mengkonsumsi internet dan sosial media di Indonesia

Sumber: Kumparan.com, 2021

Dari sisi waktu yang dihabiskan untuk mengkonsumsi internet dan sosial media, maka berdasarkan Gambar 1.2, Indonesia menduduki peringkat delapan dari 47 negara terbanyak yang menghabiskan waktu di internet. Rata-rata orang Indonesia menghabiskan 8 jam 52 menit untuk bermain di internet. Dari sisi

waktu yang dihabiskan untuk mengkonsumsi media sosial, Indonesia masuk dalam 10 besar negara yang kecanduan media sosial. Posisi Indonesia sendiri berada di peringkat 9 dari 47 negara. (kumparan.com, 2021)

Dengan adanya masalah *pandemic* ini berbagai perusahaan ataupun usaha diberbagai sektor sudah mengalami penurunan pendapatan. Untuk itu cara bertahan maka dibutuhkan sistem marketing yang baru untuk membantu melakukan pemasaran seperti *Digital marketing* sehingga perusahaan bisa tetap melakukan pemasaran karena sekarang sudah di era digitalisasi yang dimana semua orang sudah menggunakan *smartphone* untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya dengan menggunakan *digital marketing* ini akan lebih mudah untuk mencari pelanggan baru dan pendapatan dari perusahaan atau usaha-usaha tersebut akan terus meningkat juga.

Melihat ini semua RINKU mempunyai potensi yang besar dalam memberikan layanan untuk perusahaan-perusahaan yang berkerja sama dengan RINKU dengan sekarang sudah memasuki era industri 4.0 yang sudah melakukan digitalisasi ini dengan perusahaan dibantu dari sisi marketing melewati platform sosial media seperti tiktok, Instagram dan lain-lain. Sosial media agensi RINKU merupakan *customer retention platform* yang menyediakan berbagai ide untuk melakukan promosi melewati social media dari pengambilan foto produk hingga melakukan promosi. RINKU juga melakukan *retention* kepada client dan juga customer client RINKU.

Selama magang di RINKU, penulis memiliki kesempatan untuk belajar proses promosi digital di divisi *ads manager*. *Ads manager* RINKU bertanggung jawab untuk membuat suatu promosi di social media seperti facebook ads, Instagram ads, dan lain-lain. Hal ini juga membuat tim penulis yaitu *ads manager* melakukan tracking setelah melakukan promosi untuk mengetahui konten promosi manakah yang paling efektif untuk dilakukan sehingga konsumen ingin melihat dan membeli.

Ads manager itu sendiri merupakan divisi yang bertanggung jawab untuk melakukan promosi dari konten yang sudah dihasilkan dan juga memberikan masukan konten yang menarik untuk dipromosikan sehingga mendapatkan attention dari masyarakat melalui yang sudah di targetkan oleh tim dengan demikian data yang lengkap untuk melakukan promosi sangat diperlukan dan juga data yang diberikan harus tepat waktu karena mengejar deadline yang sudah di tentukan untuk melakukan promosi tersebut. Pendataan yang masih manual sering terjadi kesalahan membuat miss komunikasi antar tim sehingga memperlambat kinerja. Banyak tim-tim account manager yang belum mengerti akan fungsi facebook ads dan Instagram ads sehingga sering terjadi pembuatan konten tidak sesuai dengan market facebook ads ataupun Instagram ads sehingga membuat engagement kepada customer menjadi rendah.

1.2 Pokok Permasalahan

Rumusan masalah dari praktik kerja magang yang dijalankan penulis di sosial media agensi RINKU adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana proses dan siklus kerja dari *ads manager* di sosial media agensi RINKU yang kurang teratur sehingga sering terjadi miss komunikasi
- b. Bagaimana proses komunikasi untuk *ads manager* dengan *content creator* di sosial media agensi RINKU yang tidak terlalu mengerti tentang bagaimana kerja facebook ads dan Instagram ads
- c. Bagaimana proses pembuatan promosi di sosial media agensi RINKU data yang didapat sering kali kurang sehingga menghambat proses kerja

1.3 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

1.3.1 Maksud kerja magang

Maksud dari praktik kerja magang ini adalah untuk memenuhi penilaian mata kuliah *internship*, dengan bobot 4 sks, sebagai salah satu syarat kelulusan (S1) dari Universitas Multimedia Nusantara. Selain itu penulis mengharapkan mendapatkan pengalaman dan menjadi sarana untuk belajar bagi penulis untuk masuk ke dunia kerja nantinya.

1.3.2 Tujuan kerja magang

Tujuan penulis melakukan kerja magang di sosial media agensi RINKU adalah:

1. Sebagai salah satu syarat untuk memenuhi mata kuliah magang dan juga menjadi syarat kelulusan penulis di Universitas Multimedia Nusantara
2. Menerapkan teori yang sudah didapat dan diajarkan dari Universitas Multimedia Nusantara didalam duni kerja yang sebenarnya
3. Memahami dinamika dunia kerja yang sebenarnya, ikut serta dalam melakukan proses kerja
4. Menambah pengalaman penulis dan koneksi penulis agar kedepannya bisa digunakan lagi

1.4 Waktu dan prosedut kerja magang

1.4.1 Waktu pelaksanaan kerja magang

Praktik kerja magang dilaksanakan sesuai surat rekomendasi ijin kerja magang, dari bulan maret 2021 hingga mei 2021

Berikut merupakan data pelaksanaan praktik kerja magang yang dilakukan oleh penulis:

Nama Perusahaan	: RINKU
Bidang Usaha	: Sosial Media Agency
Waktu Pelaksanaan	: 5 Maret 2021 – 31 mei 2021
Hari Kerja	: senin- jumat, sabtu
Waktu Kerja	: 09:00 – 17:00 WIB, 10:00 – 17:00 WIB
Posisi Magang	: Ads Manager
Alamat	: Apartemen Riverside jalan muara karang barat No.8. tower 1A unit 16- 02

1.4.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melakukan prosedur dari sebelum kerja magang sampai dengan selesai kerjamagang berikut prosedur yang dijalankan oleh penulis:

- a. Mencari lowongan kerja magang melalui teman dan saudara
- b. Memberikan CV dan transkrip nilai kepada kantor
- c. Mendapatkan kabar dari RINKU untuk melakukan interview
- d. Dijelaskan dan diajari dari awal pekerjaan yang akan penulis lakukan
- e. Memberikan surat keterangan dari kampus
- f. Melakukan kerja magang
- g. Membuat dan melengkapi fomulir dari Universitas Multimedia Nusantara untuk syarat laporan magang
- h. Pembuatan laporan magang dan melakukan revisi
- i. Melakukan siding kerja magang