



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Berkembangnya teknologi, khususnya pada kategori digital menjadikan kehidupan masyarakat semakin melekat dengan internet dan sosial media. Kottler dan Keller dalam penelitian Anis (2018) menjelaskan bahwa sosial media merupakan suatu wadah yang digunakan masyarakat untuk saling berbagi informasi melalui pesan, gambar, atau suara. Sosial media juga dapat digunakan sebagai sarana untuk menambah pengetahuan. Hal ini dikarenakan sosial media juga bergerak dan bermanfaat dalam dunia bisnis, sosial, dan lainnya.

Gunelius (2011) mendefinisikan *social media marketing* adalah upaya memasarkan, baik secara langsung maupun tidak langsung untuk membangun suatu merek dagang, bisnis, *personality* maupun *brand image* dengan menggunakan sarana media sosial seperti *web*, *blog*, *social networking*, dan *sharing content*. Pelaksanaan *social media marketing* menggunakan sarana media sosial yang berpotensi memaksimalkan *insight* dan memperkuat jaringan antara konsumen dan perusahaan.

Penggunaan media sosial juga dapat dimanfaatkan sebagai salah satu sarana untuk melakukan kegiatan pemasaran bagi suatu perusahaan. Dalam hal ini, kecanggihan teknologi internet dan sosial media sangat mendukung seluruh kegiatan sehari-hari yang dimana hampir seluruh aktivitas dapat dibantu oleh internet dan sosial media. Kegiatan pemasaran bagi suatu bisnis pun tidak hanya dapat dilakukan secara *offline*, namun dapat dilakukan secara *online* atau digital. Perusahaan dapat memasarkan usahanya dengan memanfaatkan fitur-fitur yang terdapat pada sosial media, yang dimana hal ini juga termasuk salah satu cara yang efektif untuk meningkatkan *insight* perusahaan.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Hootsuite, dijelaskan bahwa jumlah pengguna internet dan sosial media di Indonesia pada bulan Januari 2021

terbilang cukup besar. Hal ini dibuktikan dengan adanya populasi yang mencapai 274,9 juta, 345,3 juta pengguna jaringan telepon, 202,6 juta pengguna internet, serta adanya 170 juta pengguna sosial media aktif. Oleh karena itu, penerapan *social media marketing* dapat menjadi salah satu aspek yang baik bagi suatu perusahaan dalam meningkatkan penjualannya.

Els Coffee Roastery adalah salah satu perusahaan *food & beverages* di kota Bandar Lampung yang berdiri sejak tahun 2020. Perusahaan ini menerapkan *social media marketing* sebagai bentuk kegiatan pemasarannya. Bentuk pemasaran tersebut disajikan melalui konten-konten foto ataupun video yang menarik dan diunggah melalui akun media sosial milik Els Coffee Roastery (El's Coffee Roastery, 2021).

Social media marketing yang diterapkan oleh Els Coffee Roastery mampu menarik antusiasme masyarakat terhadap kegiatan pemasaran yang sedang dilakukan. Els Coffee Roastery mengikuti perkembangan zaman sehingga konten-konten pemasaran dari perusahaan ini dibuat dan disesuaikan dengan tren yang ada. Konten pemasaran yang terdapat pada akun media sosial Els Coffee Roastery didasari oleh ide kreatif sehingga mampu menarik minat masyarakat. Oleh karena itu, peserta magang memilih Els Coffee Roastery sebagai perusahaan tempat praktik kerja magang untuk dapat lebih mengerti dan memahami mengenai penerapan *social media marketing* yang dilakukan oleh suatu perusahaan.

1.2. Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang ini bertujuan untuk dapat mencapai beberapa hal, yaitu sebagai berikut:

1. Menambah pengetahuan & pengalaman lebih dalam mengenai pengelolaan media sosial pada industri *food & beverages*.
2. Memperoleh pengalaman bekerja profesional guna untuk meningkatkan kesiapan dan kemampuan diri dalam dunia kerja nantinya setelah menyelesaikan pendidikan sarjana.

3. Meningkatkan *soft skill* seperti inisiatif, kreatifitas, dan kerja sama dalam suatu pekerjaan.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1. Waktu Pelaksanaan

Secara umum, Universitas Multimedia Nusantara memiliki ketentuan prosedur program kerja magang yang telah ditetapkan kepada seluruh mahasiswa/i, yaitu minimal 60 hari kerja. Praktik kerja magang (*internship*) yang dijalankan telah terhitung sejak tanggal 6 September 2021 sampai dengan 1 Desember 2021. Data pelaksanaan praktik kerja magang yang dijalankan adalah sebagai berikut:

Hari Kerja Magang	Waktu Kerja Magang
Senin - Jumat	09.00 – 17.00 WIB
Sabtu	09.00 – 14.00 WIB

Tabel 1 - Jadwal Kegiatan Magang

1.3.2. Prosedur Pelaksanaan

Universitas Multimedia Nusantara memiliki prosedur kerja magang yang berlaku dalam praktik kerja magang pada suatu perusahaan. Berikut adalah prosedur praktik pelaksanaan kerja magang yang telah dijalankan sesuai dengan ketentuan dari UMN.

1. Mencari informasi dari berbagai sumber terkait lowongan kerja magang (*internship*).
2. Mengirimkan CV dan data lainnya yang dijadikan syarat pengajuan kerja ke Els Coffee Roastery.
3. Mendapatkan balasan pesan dari Els Coffee Roastery mengenai panggilan wawancara/*interview*.
4. Melakukan wawancara secara langsung dengan pihak Els Coffee Roastery sesuai dengan waktu dan tempat yang telah ditentukan.

5. Mengajukan permohonan form KM-01 ke Universitas Multimedia Nusantara.
6. Memperoleh surat pengantar kerja magang tau KM-02 dari Universitas Multimedia Nusantara yang telah ditandatangani oleh Pak Inco selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi dan diberikan kepada perusahaan tempat kerja magang.
7. Mengisi form KM-03 yang tertera pada website UMN (myumn.ac.id).
8. Melaksanakan praktik kerja magang (KM-04 & KM-05) sesuai dengan jangka waktu yang telah ditentukan oleh pihak kampus dan disetujui oleh pihak perusahaan Els Coffee Roastery.
9. Melengkapi kebutuhan data pada praktik kerja magang (KM-06 dan KM-07) yang diisi dan disetujui oleh perusahaan kerja magang.
10. Melakukan penyusunan laporan kerja magang, dan dilanjutkan dengan pelaksanaan sidang kerja magang.

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA