



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

Menurut Kaplan (2010) media sosial merupakan kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 yang memungkinkan penciptaan serta pertukaran *user-generated content*. Di Indonesia internet mengalami perkembangan yang sangat signifikan dengan adanya data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (KOMINFO) yang menyebutkan bahwa Indonesia merupakan negara keenam pengguna internet aktif di dunia. Menurut data yang didapat dari Hootsuite, menunjukkan bahwa saat ini semua orang di dunia termasuk masyarakat Indonesia merupakan pengguna aktif internet.

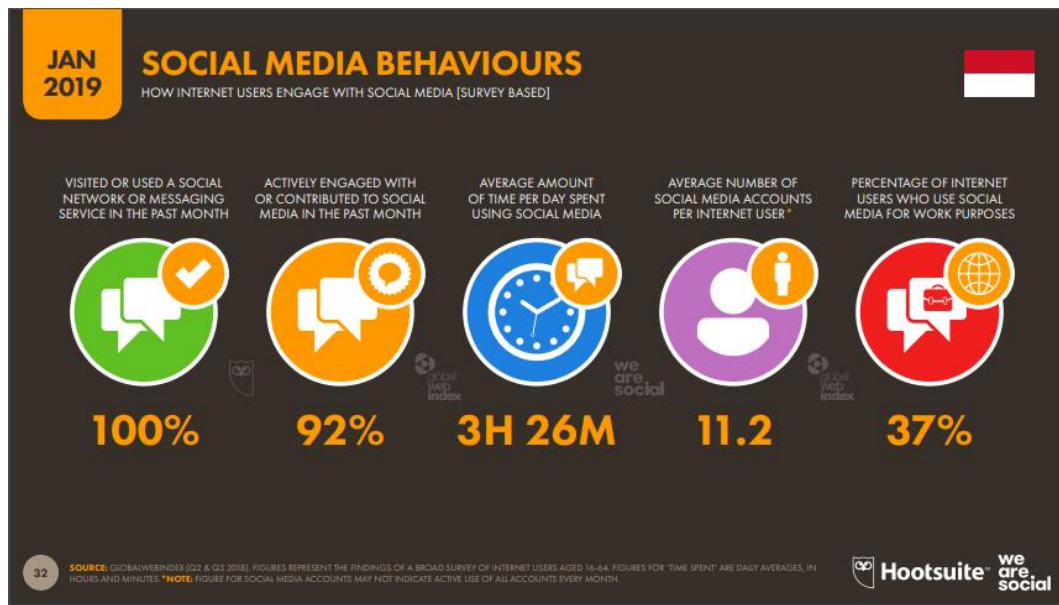
Gambar 1.1 Data Tren Internet dan Media Sosial Tahun 2019



Sumber: WeAreSocial, 2019

Media sosial dimanfaatkan oleh perusahaan karena masyarakat Indonesia sangat aktif dalam penggunaan media sosial setiap hari. Seperti data yang didapatkan oleh WeAreSocial, penggunaan media sosial aktif di Indonesia sebesar 56%. Penggunaan media sosial dalam bidang pekerjaan juga cukup tinggi yakni sebesar 37%.

Gambar 1.2 Penggunaan Media Sosial di Indonesia



Sumber: WeAreSocial, 2019

Media sosial menjadi hal yang penting bagi sebuah perusahaan saat ini karena media sosial merupakan bentuk *two way communications* di mana *sender* (perusahaan) bisa dengan mudah berinteraksi dengan audiens (masyarakat). Dengan adanya media sosial perusahaan semakin mudah berinteraksi dengan konsumen mereka. Media sosial juga membantu perusahaan untuk membagikan informasi seputar perusahaan tanpa harus memikirkan waktu dan tempat penyampaian. Sebagai seorang *Public Relations*, hubungan dengan masyarakat dapat diciptakan melalui penggunaan media sosial. Banyak perusahaan saat ini yang membutuhkan seorang *Public Relations* yang mengerti cara pengelolaan media sosial perusahaan mereka agar hubungan dengan masyarakat dapat dengan mudah tercipta.

PT Astra International Daihatsu menggunakan media sosial Instagram berinteraksi dengan masyarakat melalui foto atau video yang dibagikan, *comment*, dan *direct message*. Menurut Quesenberry (2018, h.147) Instagram merupakan *mobile social marketing service* yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto atau video dan mengunggahnya dalam berbagai jenis *platform social networking*. Penggunaan Instagram ini juga tidak hanya pada kantor utama Daihatsu namun juga di cabang-cabang Daihatsu lainnya. Tujuan penggunaan

Instagram di kantor cabang Daihatsu ini agar pesan yang disampaikan bisa terfokuskan pada setiap wilayah.

Dalam mengelola Instagram milik PT Astra International Daihatsu pemahaman mengenai cara berkomunikasi yang baik dengan audiens sangat dibutuhkan karena perusahaan ini memiliki model bisnis yang luas dan dibutuhkan komunikasi yang khusus agar dapat berjalan dengan baik. Dalam kerja magang sebagai *social media specialist* di PT Astra International Daihatsu pengelolaan konten media sosial Instagram adalah tugas utama yang dilakukan saat kerja magang yang setiap harinya digunakan untuk membagikan informasi mengenai perusahaan.

1.2 TUJUAN DAN MANFAAT KERJA MAGANG

Berdasarkan latar belakang di atas, tujuan dan manfaat dari kerja magang ini adalah:

1. Untuk mengetahui cara pengelolaan media sosial Astra Daihatsu cabang Jakarta Utara.

1.3 WAKTU DAN PROSEDUR PELAKSANAAN KERJA MAGANG

1.3.1 WAKTU PELAKSANAAN KERJA MAGANG

Pelaksanaan Kerja Magang dilakukan selama tiga bulan terhitung dari 1 Agustus 2019 sampai dengan 30 Oktober 2019. Saat pelaksanaan kerja magang jam kerja yang ditetapkan oleh pihak Astra Daihatsu adalah bebas dan diperbolehkan untuk bekerja dari rumah.

1.3.2 PROSEDUR PELAKSANAAN KERJA MAGANG

Dalam pelaksanaan kerja magang di PT Astra International - Daihatsu, prosedur yang dilakukan adalah:

1. Mengajukan Formulir Pengajuan Kerja Magang (KM-01) kepada Universitas Multimedia Nusantara agar mendapatkan surat pengantar kerja magang (KM-02)

2. Setelah mendapatkan surat pengantar kerja magang dari universitas, CV dibuat dan dikirimkan ke perusahaan yang dituju yakni Astra International Daihatsu.
3. Setelah mengirimkan CV, penulis mendapat panggilan wawancara sebanyak 2x di perusahaan Astra International - Daihatsu cabang Sunter.
4. Setelah melakukan wawancara, panggilan mengenai penerimaan kerja magang dari pihak perusahaan diterima melalui WhatsApp seminggu setelah wawancara kedua.
5. Membuat perjanjian dengan pihak perusahaan saat panggilan ketiga. Perjanjian yang dibuat berisikan tentang periode waktu kerja magang dan penempatan divisi sebagai *Social Media Specialist* dengan pembimbing lapangan, Ferry.
6. Setelah semua kesepakatan selesai dibuat, surat penerimaan kerja magang dari perusahaan ditukarkan dengan KM-02 dari universitas yang tujuannya untuk ditukarkan dengan form kerja magang lainnya (KM-03-KM-07).

Kerja magang dimulai dari tanggal 1 Agustus 2019 dengan waktu dan tempat kerja yang bebas.