



### **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

Saat ini, internet telah menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan kita. Hal ini didukung dengan meningkatnya jumlah penggunaan teknologi, khususnya *smartphone*. Penggunaan teknologi tersebut tidak hanya meningkat di kota-kota besar, tetapi sudah merambah ke kota hingga desa. Pernyataan ini didukung oleh hasil survei Hootsuite dan We Are Social, mengenai jumlah pengguna internet di Indonesia pada Januari tahun 2019. Terdapat 56% atau 150 juta dari 268,2 juta jiwa penduduk Indonesia aktif menggunakan internet.

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet Januari 2019



Sumber: Dokumentasi Hootsuite dan We Are Social

Maraknya penggunaan internet tidak lagi sebatas media untuk berinteraksi dan berkomunikasi, tetapi juga dapat menjadi sarana untuk melakukan pemasaran produk. Dalam pemanfaatan internet, salah satu media yang dapat digunakan yaitu media sosial. Menurut Safko (2010, h.3), media sosial adalah media yang digunakan untuk sosial. Semua *tools* pada media sosial dapat digunakan untuk menghubungkan pemasar dengan pelanggan, dan diperlukan strategi untuk

memanfaatkan *tools* secara efektif. Menurut Safko (2010, h.3) penggunaan media sosial dinilai lebih efektif dibanding menggunakan pemasaran konvensional yang telah dilakukan pada 6000 tahun terakhir. Hal ini dikarenakan media sosial memiliki komunikasi dua arah. Menurut Direktorat Pengelolaan Media Kementerian Komunikasi dan Informatika (2018, h.1) media sosial sangat bermanfaat untuk melakukan komunikasi, edukasi, rekreasi, promosi, diseminasi berinteraksi, dan lain-lain. Kemudian menurut Gohar (2017, h.2) dalam bentuk yang paling sederhana, media sosial merupakan *platform* berbasis internet yang dapat digunakan dengan mudah untuk memberi pengguna peluang terhadap pengguna dalam membuat dan bertukar konten berupa informasi, pendapat, dan minat.

Mengacu pada hal tersebut, PT XC Cleanindo melihat bahwa penggunaan media sosial penting sebagai sarana dalam menjalin relasi dengan pelanggan dan media untuk mempromosikan produk yang dimiliki. Selain itu, PT XC Cleanindo juga menjadikan media sosial sebagai sarana edukasi bagi pelanggan melalui strategi *educleaning* yang bisa diakses melalui Youtube. Sebagai contoh, edukasi mengenai cara membersihkan permukaan yang kotor dengan baik dan benar.

## **1.2 Tujuan Kerja magang**

Tujuan dari praktik kerja magang adalah agar mahasiswa memiliki kemampuan secara profesional untuk:

1. Mempelajari aktivitas media sosial untuk perusahaan B2B (*Business to Business*) di PT XC Cleanindo.

## **1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Praktik kerja magang dilaksanakan di PT. XC Cleanindo yang beralamat di Kawasan Pergudangan Bizhub No. 99 Blok GB 15, Jalan Raya Serpong, Pabuaran, Gunung Sindur, Pabuaran, Kecamatan Gunung Sindur, Bogor, Jawa Barat.

Waktu pelaksanaan kerja magang berlangsung selama enam puluh hari terhitung dalam tiga bulan kalender. Pelaksanaan kerja magang dimulai dari tanggal 5 Agustus 2019 hingga 22 November 2019, dengan jam kerja pukul 10.00 sampai 17.00 WIB. Jadwal praktik kerja magang yang ditentukan dari perusahaan yaitu, Selasa hingga Jumat. Hari Senin tidak terhitung dikarenakan mengikuti kelas di kampus.

### 1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Sebelum melakukan praktik kerja magang, ada prosedur tertentu yang harus dijalankan agar mahasiswa dan mahasiswi dapat melaksanakan kerja magang:

#### 1.3.2.1 Pra Pelaksanaan Kerja Magang

Melakukan pencarian informasi mengenai beberapa perusahaan yang dijadikan tempat untuk melakukan kegiatan magang. Perusahaan yang dijadikan tempat pelaksanaan kegiatan magang, harus memiliki pekerjaan yang berkaitan dengan *strategic communication*. *Strategic Communication* merupakan mata kuliah yang sesuai dengan jurusan yang diambil. Setelah menemukan beberapa perusahaan yang dinilai sesuai dan memiliki pekerjaan di bidang *strategic communication*, tahap selanjutnya sebagai calon peserta magang melampirkan transkrip nilai dan CV (*Curriculum Vitae*) melalui email untuk permohonan kerja magang.

Setelah mengirimkan CV ke beberapa perusahaan, tiga minggu setelahnya pihak *Human Resource Development (HRD)* PT XC Cleanindo menghubungi untuk melakukan *interview*. Setelah melakukan *interview* sebanyak dua kali, akhirnya calon peserta magang dinyatakan dapat memulai praktik kerja magang pada tanggal 5 Agustus 2019. Surat penerimaan praktik kerja magang oleh PT XC Cleanindo diberikan kepada BAAK (Biro Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan) untuk ditukarkan dengan semua *form* yang ada. *Form* tersebut antara lain: kartu kerja magang, kehadiran, realisasi kerja

magang, lembar penilaian kerja magang, dan tanda penyerahan laporan magang.

#### 1.3.2.2 Pelaksanaan Kerja Magang

Kerja magang mulai terhitung pada tanggal 5 Agustus 2019 sampai dengan 22 November 2019. Peserta praktik kerja magang ditempatkan di salah satu anak perusahaan dari PT XC Cleanindo yaitu iCLEAN. Selama melaksanakan praktik kerja magang di PT XC Cleanindo, Laydies Nanda selaku Manajer Digital Transformasi menjadi pembimbing lapangan selama praktik kerja magang dilakukan.

Setelah periode praktik kerja magang selesai, pembimbing lapangan mengisi form penilaian kerja magang dan memberikan surat pernyataan yang menandakan telah menyelesaikan pekerjaan magang dengan baik. *Form* penilaian ini akan diserahkan pada BAAK untuk selanjutnya dijadikan sebagai tambahan nilai untuk penilaian kerja magang secara keseluruhan.

#### 1.3.2.3 Penyelesaian Kerja Magang

Setelah praktik kerja magang berakhir, selanjutnya pembuatan laporan magang. Proses pembuatan laporan magang harus dikonsultasikan dengan dosen pembimbing yang sudah ditentukan dari Universitas Multimedia Nusantara.

Laporan yang telah disetujui oleh dosen pembimbing, selanjutnya akan dikumpulkan sesuai periode yang telah ditentukan oleh pihak Universitas Multimedia Nusantara. Setelah memenuhi persyaratan ujian praktik kerja magang, peserta praktik kerja magang diwajibkan mempertanggungjawabkan laporannya pada ujian kerja magang.