



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

Perkembangan zaman serta teknologi membuat *digital marketing* menjadi pemasaran yang paling banyak diminati oleh para pemasar. Perkembangan teknologi digital yang sangat pesat serta penerimaan pesan yang cukup luas dari seluruh lapisan masyarakat membuat para perusahaan wajib mengubah taktik dan pola agar tetap mampu mengikuti zaman yang sudah berkembang ini. Dengan adanya perkembangan zaman dan teknologi, komunikasi ikut berkembang dengan pesat. Pesan dapat diterima dengan mudah oleh masyarakat, sehingga kebutuhan informasi setiap manusia sangat mudah untuk diakses, dengan membuat model pemasaran digital adalah *channel* utama dari strategi pemasaran digital. Strategi pemasaran digital adalah suatu usaha untuk mempromosikan sebuah merek dengan menggunakan media digital yang dapat menjangkau konsumen. Salah satu jenis *digital marketing* adalah *social media marketing*.

Gambar 1.1 Penetrasi Pengguna Internet Indonesia



Sumber : Sindonews

Internet menjadi salah satu pusat *online* pemasaran digital yang paling kuat, terjangkau serta efektif mendapatkan umpan balik langsung dengan proses interaksi dan monitoring yang lebih mudah. Pertumbuhan pengguna internet di Indonesia pada tahun 2019 menurut survey Asosiasi Pengguna Jasa Internet (APJI) tahun 2019 mencapai 171,17 juta dan terbesar berada di pulau Jawa. Di pulau Jawa, Provinsi Jawa Barat menjadi wilayah dengan angka pengguna Jawa Barat dengan angka pengguna internet terbesar mencapai 16 persen. Angka ini meningkat dari tahun 2017 mencapai 143,26 juta dan saat ini angka penetrasi internet di Indonesia tercatat sebanyak 54,86 persen.

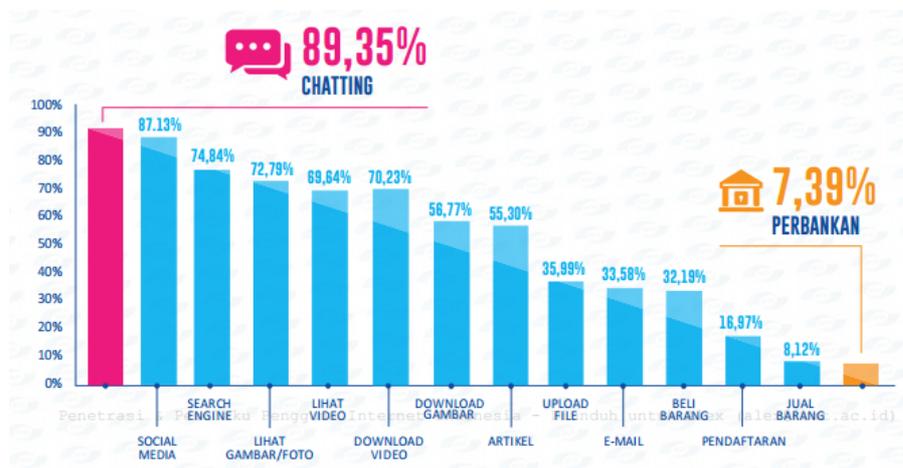
Pengguna internet paling banyak menggunakan internet salah satunya untuk mengakses media sosial. Media sosial merupakan bagian dari media baru, didefinisikan sebagai media daring dengan para penggunanya bisa dengan mudah berbagi, menciptakan isi, yang meliputi, blog, forum daring, jejaring sosial, dan dunia virtual. Definisi Media Sosial menurut Tjiptono (2016) adalah teknologi berbasis internet memfasilitasi percakapan. Dengan adanya media sosial dapat berinteraksi secara langsung, cepat, dan efisien dengan konsumen, semua bentuk promosi juga menggunakan media sosial. Instagram salah satu dari media sosial kini dijadikan media promosi yang paling banyak diminati oleh para pemasar. Kegunaan dari media sosial juga untuk para pelaku pasar berkomunikasi dengan sesama produsen, pelanggan, dan atau calon pelanggan dan menjadi sumber sarana informasi bagi sebuah perusahaan.

Manfaat media sosial dapat menjadi sarana informasi, pemasaran dan juga dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk mendapatkan *review* atau informasi mengenai sebuah produk atau jasa yang akan atau sedang dipasarkan sehingga menarik perhatian serta respon dari pelanggan dalam memutuskan untuk melakukan ke tahap *action* yaitu keputusan pembelian. Saat ini masyarakat lebih sering menggunakan media sosial daripada menonton televisi (media tradisional). Karena itu pentingnya untuk para pemasar melakukan promosi secara *online*. Berbelanja secara *online* telah menjadi salah satu gaya hidup dan kebiasaan

masyarakat moderen. Hal ini menunjukkan bahwa aktivitas internet masyarakat Indonesia didominasi oleh media sosial.

Dalam hal ini, BMW Astra Pluit sadar bahwa pentingnya keberadaan *Marketing Communication* yang bisa mengelolah media sosial dengan baik untuk meningkatkan hubungan dengan konsumen dan menciptakan *awareness* serta meningkatkan *engagement*. Media sosial yang dimiliki BMW Astra Pluit adalah Instagram yaitu @Bmwastra_pluit. Tidak hanya dimiliki oleh BMW Pluit, tetapi cabang *dealer* lainnya seperti Sunter, Serpong, Cilandak juga memakai Instagram untuk melakukan pemasaran sehingga ini menjadi tantangan oleh penulis menjadi *content writer* yang tidak kalah saing dengan media sosial yang dimiliki *dealer* BMW Astra lainnya. Saat ini Instagram BMW Astra Pluit hanya memiliki 833 *followers* dengan *engagement* yang masih minim dan konten yang tidak begitu menarik, karena itu ini menjadi tugas utama penulis untuk menaikkan *engagement* Instagram BMW Pluit agar tidak kalah dengan kompetitor.

Gambar 1.2 Layanan yang diakses pengguna Internet Indonesia



Sumber : APJII

Dalam penggunaan media sosial salah satunya dengan adanya *influencer* yang bisa digunakan sebagai peningkat penjualan dalam melakukan promosi. Tujuan dari mereka adalah membantu meningkatkan *awareness* terhadap *brand* tersebut. Dalam hal ini, perusahaan akan menggunakan media sosial tersebut sebagai salah satu cara untuk mempromosikan sekaligus meningkatkan *awareness* dan *engagement* terhadap perusahaan tersebut.

Dalam hal ini, Penulis bertugas untuk mengelola media sosial BMW Pluit Astra, serta ikut berpartisipasi merancang *event*. Selain itu, penulis juga sebagai pembuat konten BMW Pluit Astra yang bertugas untuk membuat konten, dan foto objek untuk dijadikan konten, menyiapkan konten, membuat *captions*, *edit* gambar dan mempublikasikan untuk diunggah di media sosial sehingga tugas dari penulis konten adalah membuat media sosial khususnya Instagram yang dimiliki oleh BMW Pluit Astra lebih menarik dan lebih bisa berinteraksi dengan pelanggan serta menaikkan *awareness* dan *engagement* dapat menjangkau lebih banyak pengikut sesuai dengan target dari konsumen BMW Astra Pluit. BMW Astra Pluit selaku perusahaan yang bergerak di bidang penjualan otomotif, membutuhkan strategi pemasaran yang menarik untuk meningkatkan *awareness* dan penjualan. Salah satunya juga dengan menggunakan promosi di media digital.

Menurut Kotler dan Amstrong (2012, h. 72), Strategi pemasaran digunakan untuk menciptakan nilai dan dapat memperoleh keuntungan dari hubungannya dengan konsumen. Berdasarkan hasil yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan dengan adanya strategi pemasaran sebuah perusahaan akan mendapatkan banyak keuntungan yang didapat melalui strategi ini khususnya dalam penjualan.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan dari kerja magang ini adalah untuk:

1. Memenuhi syarat SKS pengambilan mata kuliah intership
2. Mengimplementasikan dan menerapkan praktek langsung yang sudah diperoleh dari kampus
3. Menambah pengalaman kerja, belajar melihat dan mengalami dunia kerja nyata supaya menjadi pembelajaran dan pengalaman setelah lulus
4. Mengetahui cara berkomunikasi dalam lingkungan pekerjaan, bersosialisasi serta dapat mengembangkan kreativitas.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Praktik kerja magang dilakukan selama 60 hari kerja dalam 3 bulan sebagai bagian dari divisi marketing yaitu Marketing Communication. Tugasnya yaitu membuat konten , post dan monitoring dari media sosial Bmw Astra Pluit. Kegiatan pelaksanaan magang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Periode kerja magang : 9 Agustus 2019 – 12 November 2019
2. Jam kerja magang : 8.00 – 16.00
3. Hari Kerja : Selasa – Sabtu
4. Tempat : Jl. Pluit Selatan Raya, No 8A, Jakarta Utara

Berikut merupakan beberapa prosedur pelaksanaan kerja magang yang harus dilalui oleh penulis :

1. Mengisi KM-01 Formulir Pengajuan Kerja Magang yang diserahkan kepada pihak Prodi sebagai syarat untuk mendapatkan formulir berikutnya dan syarat untuk pembuatan Surat Pengantar Kerja Magang.
2. Tahap selanjutnya ada KM-02 yang sudah diperbolehkan pihak Prodi, diberikan kepada perusahaan tempat penulis diterima kerja magang yakni di PT. Astra International, Tbk

3. Tahap KM-02 diberikan, penulis memperoleh kartu kerja magang (KM-03), formulir kehadiran kerja magang (KM-04), formulir laporan realisasi kerja magang (KM-05), formulir hasil penilaian praktik kerja magang (KM-06), formulir tanda terima penyerahan laporan kerja magang (KM-07).
4. Tahap terakhir, setelah melakukan praktik kerja magang, penulis langsung memulai menyusun laporan kerja magang yang dibimbing oleh dosen pembimbing untuk dipresentasikan dalam sidang magang.