



### **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 internet di zaman sekarang ini sangat berpengaruh pada setiap aspek kehidupan masyarakat, mulai dari lingkungan, budaya, sosial, hingga bisnis mempunyai pengaruh yang berbeda pada tiap sektor tersebut. Terutama pada sektor bisnis, khususnya di bidang pemasaran. Seiring perkembangannya perlahan-lahan dunia pemasaran sudah beranjak ke bidang digital yang biasanya disebut sebagai pemasaran digital.

Gambar 1.1. Pengguna internet di Indonesia 2020

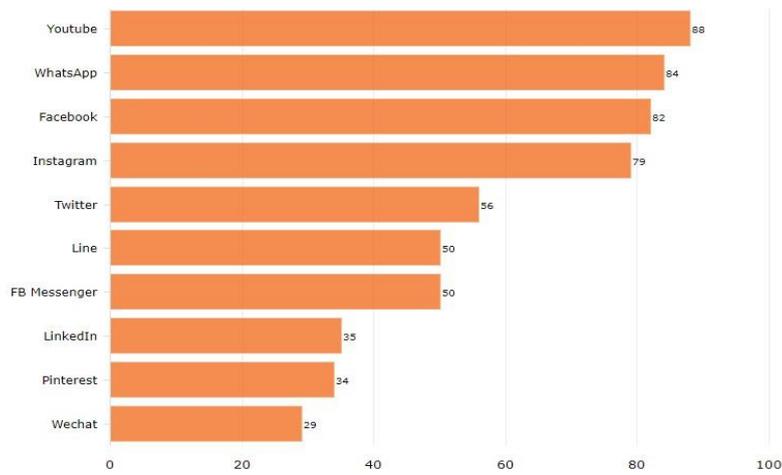


(Sumber: hootsuite.com yang dikutip oleh [www.inet.detik.com](http://www.inet.detik.com))

Dari gambar di atas, dapat dilihat bahwa di Indonesia terdapat 272,1 juta penduduk yang terdaftar pada Januari 2020. Sekitar 175,4 juta merupakan pengguna internet aktif dan dari 175,4 juta penduduk terdapat sekitar 160 juta pengguna aktif di media sosial. Hal ini menjadi penyebab para pelaku bisnis tertarik untuk terjun ke dalam pemasaran digital atau *digital marketing*. Menurut Chaffey (2016, p. 11) *digital marketing* adalah upaya komunikasi perusahaan dalam menerapkan internet dan teknologi yang bertujuan untuk mencapai tujuan pemasaran seperti *website*, media sosial, sekaligus menerapkan teknik komunikasi *online* yang meliputi *search engine marketing*, pemasaran media sosial, *email*

*marketing, partnership*, pemasaran online dan situs *website* lainnya. Meskipun dalam *digital marketing* dapat melalui *website* ataupun media sosial, tetapi justru media sosial saat ini memiliki peluang besar sebagai media untuk para pelaku bisnis. Hal ini dikarenakan pengguna media sosial saat ini terutama di Indonesia yang semakin banyak populasinya.

**Gambar 1.2. Pengguna media sosial terbanyak di Indonesia 2020**



(Sumber: [wearesocial.com](http://wearesocial.com) yang dikutip oleh [www.databoks.katadata.co.id](http://www.databoks.katadata.co.id))

Berdasarkan dari data tersebut di Indonesia terdapat sekitar 160 juta penduduk aktif menggunakan media sosial. Mulai dari Youtube sekitar 86%, lalu disusul oleh Whatsapp dengan 84%, Facebook 82%, dan Instagram 79%. Media sosial tersebut adalah media yang paling sering dipakai dan diakses. Melihat dari data tersebut media sosial saat ini bukan hanya sebagai sarana untuk memperluas koneksi mereka, melainkan sebagai sarana bagi para pelaku bisnis untuk memperkenalkan *brand* mereka lewat media sosial. Hal ini diungkap oleh Abdul Muhammad dalam wawancara *Businessnewdaily.com* bahwa media sosial adalah salah satu *tool* pemasaran yang sangat efektif, karena dapat menjangkau khalayak lebih luas bahkan media sosial menjadi *tool* pemasaran yang sangat murah dibandingkan *tool* pemasaran yang lainnya. Orang-orang semua berada di media sosial sepanjang hari dan *brand* harus ikut dimana pun mereka berada.

Menurut (Solis 2010:9) “media sosial merupakan bagian penting dari strategi penjualan, pelayanan, komunikasi, dan pemasaran yang lebih besar serta dapat merefleksikan dan menyesuaikan diri dengan pasar dan orang-orang yang mengartikannya”.

Sedangkan Coles Linda (2015, p. 4&5) berpendapat bahwa media sosial adalah sebuah platform yang dapat diakses melalui web dapat digunakan untuk melakukan percakapan secara online dan dapat diakses oleh semua orang. Media sosial terbagi menjadi dua sisi, yang pertama, dapat digunakan untuk membangun *brand awareness* seseorang bahkan sebuah merek dan yang kedua membantu memluas hubungan meskipun secara online.

PT Inko Sukses Jaya sebagai perusahaan yang bergerak di bidang *Freight Forwarding* memanfaatkan media sosial untuk memasarkan jasa yang akan ditawarkan serta mengiklankan perusahaan melalui media sosial. “*Social media marketing* adalah bentuk periklanan secara online yang menggunakan konteks kultural dari komunitas sosial meliputi jejaring sosial, dunia *virtual*, situs berita sosial dan situs berbagi pendapat sosial untuk menemui tujuan komunikasi” (Tuten, 2008:19).

Masuk dalam divisi *marketing* perusahaan, penulis ditempatkan sebagai *social media analyst* di PT Inko Sukses Jaya. Pekerjaan yang dilakukan sebagai adalah menganalisis kompetitor-kompetitor yang terdapat di media sosial baik itu dari segi konten yang dibuat, *target audience* mereka siapa saja, dan objektivitas yang akan dicapai oleh mereka. Dari data analisis tersebut menjadi sebuah panduan bagi *social media analyst intern* untuk membuat konsep yang akan dituangkan dalam sebuah konten di media sosial. Tujuannya agar setiap konten yang terdapat di media sosial perusahaan dapat meningkatkan *brand awareness* dan memasarkan *service* perusahaan kepada audiens. Pekerjaan lain yang dilakukan sebagai *content writer* untuk isi konten tersebut, juga turut serta dalam mengisi *content writing* pada *company profile* dan *service* untuk merubah tampilan *website* perusahaan.

Dengan perkembangan media sosial yang semakin menarik, penulis tertarik dan tertantang untuk mempelajari hal-hal yang berkaitan dengan kegiatan pemasaran media sosial *marketing*, khususnya peran dari *Social Media Analyst* sendiri di dunia media sosial.

## **1.2 Tujuan Kerja Magang**

Tujuan dari praktik kerja magang ini adalah untuk memenuhi syarat kelulusan pada mata kuliah *internship*. Namun, penulis juga memiliki tujuan yang lain, diantaranya:

1. Dapat menambah wawasan bagi para pelaku magang dengan terjun langsung dalam dunia kerja. Sekaligus meningkatkan potensi yang ada dalam diri dari pelaku magang.
2. Mampu mengimplementasikan ilmu yang telah dipelajari selama tujuh semester berkuliah di Universitas Multimedia Nusantara.
3. Memenuhi dan menyelesaikan persyaratan mata kuliah *internship* di semester tujuh.

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

### **1.3.1 Waktu Kerja Magang**

Waktu pelaksanaan kerja magang di PT Inko Sukses jaya adalah, sebagai berikut:

**Hari Kerja** : Senin – Jumat

**Jam Kerja** : 08.00 – 17.00 WIB

Praktik kerja magang tersebut dilaksanakan selama 3 bulan terhitung pada hari Jumat 8 November 2019 dan akan berakhir pada 6 Maret 2020 untuk memenuhi persyaratan kerja magang. Setiap minggu mengadakan dua kali *meeting*, *meeting* divisi dan kantor.

### 1.3.2 Pra Pelaksanaan Kerja Magang

Sebelum melakukan pelaksanaan kerja magang ada beberapa prosedur yang harus dilakukan, sebagai berikut:

#### 1. Proses Perizinan Magang

Langkah awal yang dilakukan adalah mencari informasi di perusahaan-perusahaan yang membuka lowongan magang. Sehubungan latar belakang penulis adalah mahasiswa *Strategic Communication*, maka perusahaan-perusahaan yang membuka lowongan magang harus memiliki keterkaitan dengan jurusan penulis.

Setelah mengirimkan CV beserta transkrip nilai ke perusahaan yang membuka lowongan magang. Penulis menunggu selama 3 hari menunggu balasan email dari perusahaan untuk melakukan interview. Setelah *interview* dan sudah diterima di perusahaan tersebut, penulis bisa langsung mengajukan KM-01 kepada Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara Bapak Inco Hary Perdana, M.Si.

#### 2. Proses Pengajuan izin magang

Jika KM-01 sudah memenuhi syarat-syarat dari pihak Universitas, penulis akan mendapatkan KM-02 dari pihak Universitas yang menyatakan bahwa penulis dapat melaksanakan praktik kerja magang di perusahaan tersebut. KM-02 akan diberikan kepada perusahaan yang berkaitan, setelah itu penulis akan diberikan surat resmi dari perusahaan bahwa penulis telah diterima sebagai anak magang di perusahaan tersebut. Surat resmi dari perusahaan akan diberikan kepada pihak kampus tepatnya pada bagian kemahasiswaan BAAK, untuk menukarkan KM-03 hingga KM-07

#### 3. Pelaksanaan Kerja Magang

Kerja magang mulai dilaksanakan pada tanggal 5 November 2019 hingga 7 Maret 2020 yang berkaitan dengan *Social Media* yaitu *Social Media Analyst* di PT Inko Sukses Jaya.

#### 4. Proses Pembuatan laporan Magang

Setelah menjalani 60 hari kerja, proses selanjutnya akan membuat sebuah laporan magang yang menjadi bentuk pertanggungjawaban mata kuliah *internship* pada sidang magang.