

BAB I

PENDAHULUAN

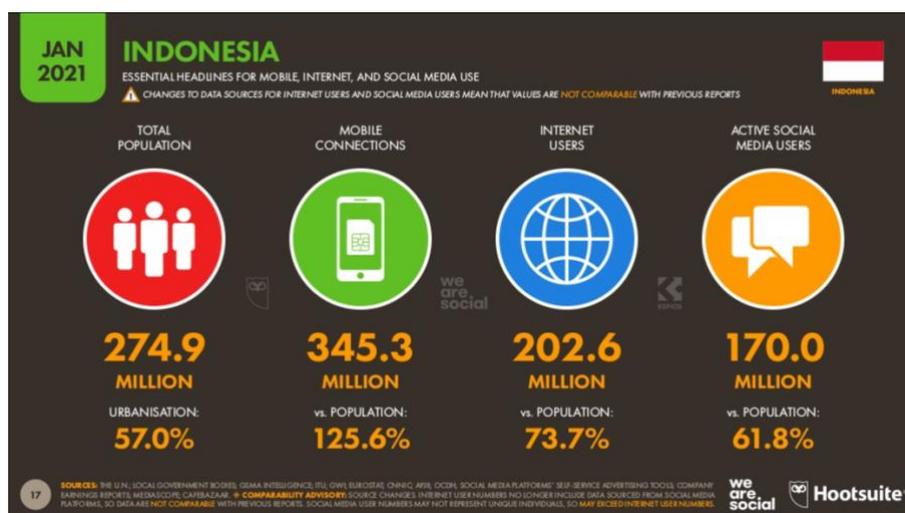
1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman yang semakin maju membuat teknologi yang digunakan juga semakin maju. Saat ini tren perawatan kulit dan kecantikan menjadi kebutuhan masyarakat, Pengaruh media sosial dan *influencer* banyak memberikan perubahan pada tren perawatan wanita dan pria. Sudah banyak pria yang mulai menyadari pentingnya merawat kulit. Dokter residen di Mizu *Aesthetic* Singapore, dr Paul Yow mengatakan baik itu dengan penggunaan *skincare* atau alat kecantikan, perawatan di rumah juga menjadi tren selama pandemi dilansir di www.republika.co.id (Santi,2021). PT Trinita Tunggal Abadi yang merupakan *beauty company* di mana menggunakan Teknik pemasaran yang juga berbeda seiring berkembangnya zaman.

PT Trinita Tunggal Abadi juga mempunyai *brand skincare* yaitu True To Skin. Hello Ladies merujuk ke Kamus Cambridge. *Skincare* adalah hal yang kamu gunakan dan lakukan untuk menjaga kulit tetap sehat dan menarik. Menggunakan Skincare secara rutin dapat menjaga kondisi Kesehatan kulit dan pentingnya menggunakan skincare untuk memperlambat munculnya garis-garis halus, bitnik hitam dan kerusakan akibat sinar matahari dan masalah-masalah wajah lainnya (www.kumparan.com/hello-ladies, 2021).

Dengan semakin meningkatnya penggunaan media sosial membuat media sosial di manfaatkan untuk melakukan pemasaran produk dan jasa bukan hanya penggunaan personal saja. PT Trinita Tunggal Abadi menjadikan media sosial sebagai media untuk melakukan *social media marketing* yaitu menggunakan Instagram, twitter, dan Tiktok. Media sosial bukan hal yang aneh lagi tetapi sudah menjadi sesuatu yang umum dan digunakan oleh masyarakat Indonesia dan dunia.

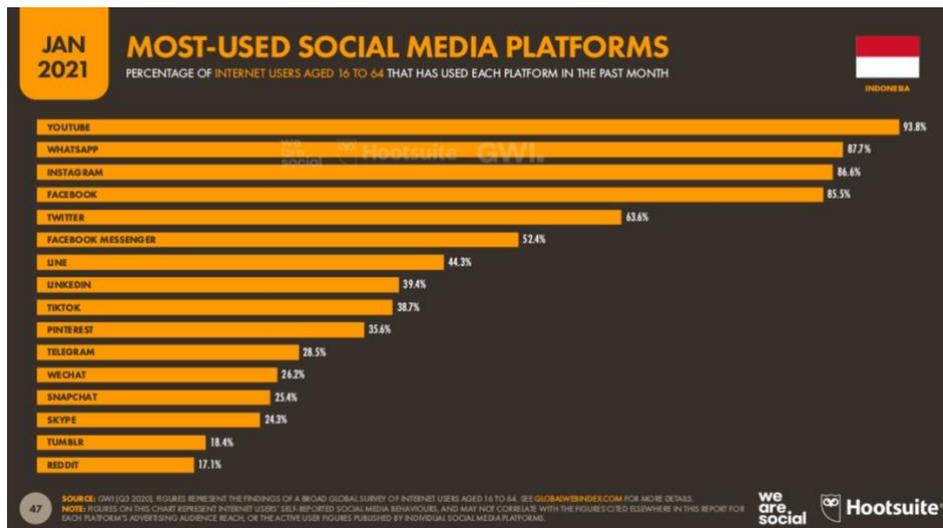
Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia



Sumber : <https://datareportal.com>

Dari data di atas menunjukkan dari seluruh penduduk Indonesia 61.8% sudah aktif menggunakan media sosial. Hal ini bisa menjadi cara untuk perusahaan-perusahaan masuk ke media sosial untuk melakukan *social media marketing*. Genelius (2011, h. 10) *Social media marketing* adalah segala bentuk pemasaran langsung atau tidak langsung yang digunakan untuk membangun kesadaran, pengakuan, penarikan kembali, dan Tindakan untuk suatu merek, bisnis, produk, orang, atau entitas lain dan dilakukan dengan menggunakan alat-alat web sosial, seperti *blogging*, *microblogging*, jejaring sosial, dan berbagai konten yang lain. Di PT Trinita Tunggal Abadi ada beberapa merek yang ada antara lain: Colab dry Shampoo, dan True To Skin (*skincare*).

Gambar 1.2 Media Sosial yang sering digunakan di Indonesia

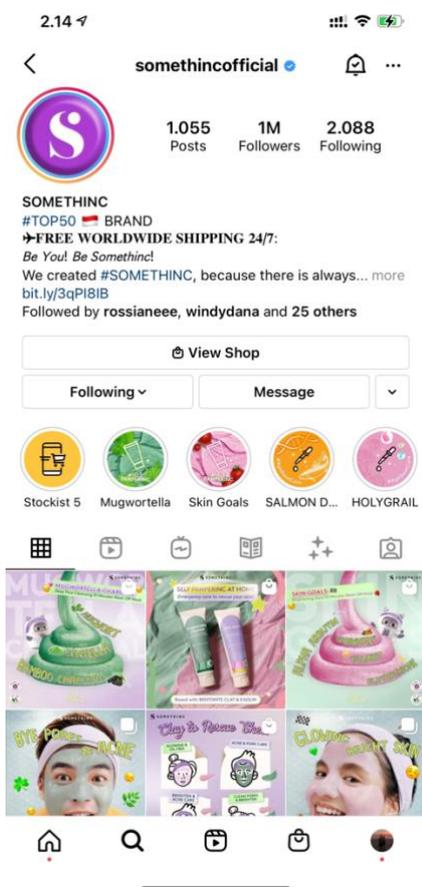


Sumber : <https://datareportal.com>

Dilihat dari data di atas menunjukkan media sosial mana yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia. *Social media marketing* yang digunakan PT Trinita Tunggal Abadi menggunakan media sosial Instagram, Twitter dan Tiktok. Penulis melakukan kerja magang di PT Trinita Tunggal Abadi sebagai bagian dari marketing communication yang lebih mendalam tentang *social media marketing*. Penulis juga dapat mempelajari hal baru dan terjun langsung dengan pekerjaan yang sebelumnya tidak pernah dilakukan, itu membuat penulis mendapatkan banyak sekali pelajaran. Genelius (2011, p. 15) mengatakan terdapat lima tujuan utama *social media marketing* yaitu membangun hubungan dengan konsumen, membangun merek, publisitas, promosi, dan riset pasar. PT Trinita Tunggal Abadi menggunakan Instagram sebagai media sosial utamanya sedangkan Twitter dan Tiktok sebagai pelengkap untuk memberikan informasi, konten *skincare*, promo, hiburan, dan sebagainya.

Something merupakan *brand skincare* lokal yang lebih dulu muncul di industri kecantikan di Indonesia. Dilansir dari www.kumparan.com/kumparanwoman/ mengatakan Something merupakan urutan pertama *brand skincare* lokal terfavorit selama tahun 2020 karena kualitas yang tak kalah saing dengan *brand* global, serta harga yang terbilang cukup terjangkau serta banyak sekali variasi di setiap *skincare* yang mereka buat dan something juga tidak hanya mengeluarkan *skincare* bahkan juga *makeup* dan alat *makeup*.

Gambar 1.3 Instagram Somethinc



Sumber : dokumentasi peneliti, 2021

Dilihat dari Instagram Somethinc, mereka juga melakukan *social media marketing* yang bagus dan menarik. Penulis senang sekali dalam hal kecantikan oleh karena itu penulis sering melihat beberapa *brand* kecantikan internasional maupun lokal. Penulis tertarik melihat PT Trinita Tunggal Abadi yang pada saat itu sedang membuka lowongan magang bertepatan dengan penulis yang sedang mencari lowongan magang. Salah satu *brand* yang penulis sukai ternyata merupakan *brand* dari PT Trinita Tunggal Abadi yaitu Colab dry shampoo karena penulis merupakan salah satu *customer* yang suka dan menggunakan Colab dry Shampoo sejak lama, hingga akhirnya penulis mendapat kesempatan untuk melakukan kerja magang di PT Trinita Tunggal Abadi. Selama melakukan kerja magang di PT Trinita Tunggal Abadi, penulis ikut turun kerja dan membantu sesuai arahan atasan penulis selama melakukan magang.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan penulis melakukan kerja magang, antara lain:

1. Memenuhi syarat SKS pengambilan mata kuliah Internship
2. Penulis ingin praktik secara langsung di dunia kerja dengan apa yang penulis telah pelajari di kampus.
3. Penulis ingin belajar tanggung jawab dan meningkatkan kemampuan dalam kerja lapangan

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melakukan kerja magang di PT TRINITY TUNGGAL ABADI dimulai dari hari Senin, 19 Oktober 2020 hingga 29 Januari 2021 yaitu selama 65 hari kerja, yang bertempat di Rukan Crown, Jl. Green Lake City Boulevard Blk. E No 8-9, RT.004/RW.008, Petir, Cipondoh, Kota Tangerang, Banten.

Kerja magang yang penulis lakukan setiap hari Senin sampai Jumat dengan jam kerja dimulai pukul 09:00 WIB hingga 17:00 WIB. Di masa pandemi ini penulis masuk tiga kali dalam seminggu dan dua hari kerja di rumah (*work from home*). Pakaian yang digunakan bersifat bebas tetapi tetap sopan.

1.3.2 Prosedur Kerja Magang

Berikut merupakan bagan prosedur kerja magang yang penulis lakukan:

1. Penulis mengirimkan *email* ke PT Trinititi tunggal abadi, karena penulis melihat Instagram @magang.id bahwa PT Trinititi Tunggal Abadi sedang mencari Seorang Marketing Communication. (30 September 2020)
2. Direktur pertama membalas *email* penulis dan meminta penulis untuk membuat contoh konten dan ide menarik untuk media sosial tiktok (30 september 2020)
3. Penulis melakukan KM-01 dan kemudian melakukan KM-02 secara *online* dan mendapat surat resmi pertanggal 16 Oktober 2020

4. Setelah penulis membuat ide menarik dan konten penulis di minta untuk *online interview* melalui Zoom tanggal 12 Oktober 2020
5. Setelah *interview*, keesokan harinya penulis mendapatkan kabar bahwa diterima melakukan kerja magang di PT Trinita Tunggal Abadi dan Penulis melakukan Kerja Magang per 19 Oktober 2020
6. Setelah penulis resmi kerja magang penulis mengirimkan surat pernyataan magang di my.umh dan melengkapi KM-03 dan KM selanjutnya
7. Penulis melakukan kerja magang dari tanggal 19 Oktober 2020 – 29 Januari 2021. Selama kerja magang penulis wajib melakukan absensi selayaknya karyawan dan mengisi kartu kehadiran kerja magang serta laporan realisasi kerja magang.
8. Membuat laporan kerja magang tentang pekerjaan yang penulis lakukan selama kurang lebih dari tiga bulan. Laporan yang penulis susun telah mengikuti prosedur yang telah dibuat.