

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi di Indonesia semakin berkembang pesat, dalam menghadapi perkembangan teknologi ditengah persaingan industri dari segala macam bidang yang semakin tajam. Industri pendidikan juga mengalami peningkatan persaingan, industri pendidikan juga dituntut mengikuti perkembangan zaman dan menjadi tantangan tersendiri bagi industri pendidikan untuk mempertahankan posisinya.

EduCenter sebagai salah satu industri yang bergerak di bidang pendidikan di Indonesia khususnya kawasan BSD menyediakan serangkaian produk berupa jasa bagi pelanggan. EduCenter dalam mewujudkan produknya dalam bentuk digital dengan menyediakan produk jasanya berbasis teknologi untuk memenuhi kebutuhan pelanggan maupun calon pelanggan yang menjadi target pasar.

Merujuk pada tahun 2020, Pengguna internet per Januari 2020 (dikutip dari <https://wearesocial.com/digital-2020>) pengguna internet memiliki 4.54 milyar juta pengguna internet aktif dengan presentase populasi sebesar 59%, dan menghabiskan waktu untuk menggunakan internet sekitar 6 sampai 7 jam perharinya. Dengan meningkatnya pengguna internet, arus informasi terjadi begitu cepat, dengan kebutuhan akan informasi secara cepat ini masyarakat akan lebih memilih menggunakan *media digital* salah satunya penggunaan sosial media. EduCenter sebagai industri pendidikan berlomba untuk terus meningkatkan konten pada sosial media dengan harapan agar pelanggan maupun calon pelanggan yang menjadi target pasar bagi EduCenter merasa puas dengan informasi yang mereka dapatkan mengenai perusahaan.

Salah satu cara yang dilakukan EduCenter yaitu dengan meningkatkannya sejumlah aktivitas *marketing communication* seperti aktivitas mengomunikasikan melalui sosial media. sekarang ini dengan cara mengikuti arus perkembangan digital, dengan memanfaatkan internet sebagai media komunikasi dalam memasarkan produk serta daya tarik (*engagement*). Ditambah lagi dengan adanya gaya hidup masyarakat di Indonesia yang sudah mengenal internet bisa dijadikan peluang yang besar. Selain itu, kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh EduCenter disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan para pelanggan. Berbagai aktivitas promosi dilakukan bertujuan untuk memberikan kepuasan. Akitvitas komunikasi yang dilakukan EduCenter pada *media digital* melalui website, akun resmi sosial media dengan tujuan untuk berinteraksi dengan pelanggan serta memberikan segala bentuk informasi yang menjadi kebutuhan. Dengan adanya aktivitas EduCenter pada *media digital* perlu adanya pengawasan secara berkala dan menganalisis apa yang menjadi kesalahan dengan tujuan untuk mempertahankan *awareness* sekaligus membangun *engagement* dengan pelanggan.

EduCenter memanfaatkan sosial media untuk menunjukkan eksistensinya sebagai perusahaan yang menginovasikan gedung dengan konsep pendidikan di Indonesia sekaligus ingin memanfaatkan sosial media untuk beriklan. EduCenter diciptakan untuk menjadi solusi keluarga mengefisienkan waktu yang dimiliki oleh anak-anak yang kemudian bisa digunakan bersama seluruh anggota keluarga. Dengan menjadi wadah bagi lembaga pendidikan (kursus), mulai dari kursus pendidikan dan juga kursus yang dapat membantu kreativitas dan aktivitas murid-murid. EduCenter juga mempunyai konsep yang ramah lingkungan terhadap keluarga, khususnya pada anak, karena EduCenter memberikan komitmen penuh untuk kenyamanan dan rasa aman untuk para murid dan orang tua.

Berdirinya EduCenter bisa menjadi kompetitor bagi lembaga pendidikan (kursus) lainnya, dengan adanya inovasi dengan memanfaatkan keefisienan waktu untuk belajar dalam satu tempat. Sekaligus dengan berkembang pesatnya kawasan BSD, Gading Serpong, dan Alam Sutera tentunya EduCenter bisa berpeluang besar dalam mendapatkan target market yang diinginkan.

Pada masa pandemic virus corona sekarang ini, khususnya EduCenter yang menginovasikan konsep pendidikan dan menjadi wadah bagi lembaga pendidikan. Saat ini semua pembelajaran sudah diberlakukan secara jarak jauh / pembelajaran daring. Hal ini yang menjadikan *concern* bagi penulis untuk mengetahui bagaimana cara bisa agar tetap bertahan dengan memanfaatkan penggunaan sosial media untuk mempertahankan *awareness* sekaligus membangun *engagement* untuk para pelanggan. Selain itu penulis juga ingin mengetahui peran dalam penulisan konten melalui sosial media yang digunakan oleh EduCenter.

## **1.2 Tujuan Kerja Magang**

Penulis melakukan praktik kerja magang sebagai *marketing communication intern* dengan tujuan:

1. Untuk memperoleh pengalaman tentang *marketing communication* dalam penulisan konten di sosial media dan membandingkan dengan yang sudah dipelajari selama perkuliahan.
2. Untuk mengasah *skill writing* dan mengolah *social media content*.
3. Untuk mengembangkan semua yang sudah didapat dalam pelaksanaan magang di kemudian hari.

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

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

Pelaksanaan kegiatan kerja magang dilaksanakan di EduCenter BSD yang beralamat di Jl. Sekolah Foresta No 8, BSD City, Tangerang, Banten, 15331. Pelaksanaan kerja magang dilakukan dalam waktu kurang lebih tiga bulan mulai tanggal 3 Agustus sampai dengan 30 November 2020. Pelaksanaan kegiatan kerja magang di EduCenter BSD adalah hari Senin sampai Jumat dengan jam kerja pukul 08.00/09.00 – 17.00/18.00WIB.

### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Prosedur pelaksanaan kerja magang terbagi menjadi tiga bagian, yaitu sebagai berikut:

1. Tahap Pengajuan
  - a. Penulis sudah memenuhi persyaratan dan telah mengambil mata kuliah magang / internship
  - b. Penulis telah mengajukan permohonan dengan mengisi formulir pengajuan kerja magang (KM-01) sebagai acuan dasar untuk kerja pembuatan Surat Pengantar Kerja Magang (KM-02) yang nantinya ditujukan kepada perusahaan
  - c. Penulis mengirimkan Surat Pengantar Kerja Magang (KM-02) kepada perusahaan
  - d. Setelah memenuhi persyaratan (KM-01 dan KM-02), penulis memperoleh (KM 03 – KM 07) yang diwajibkan untuk mengisi
2. Tahap Pelaksanaan
  - a. Penulis melaksanakan praktik kerja magang sesuai dengan peraturan dan waktu yang berlaku di EduCenter bawahan dari PT Sukses Panjang Umur
  - b. Penulis bertanggung jawab atas presensi harian dan mingguan yang wajib diisi sesuai formulir dari Universitas Multimedia

Nusantara

- c. Penulis mengikuti rangkaian kegiatan dan arahan yang diperintahkan oleh pembimbing lapangan

### 3. Tahap Akhir

- a. Setelah praktik kerja magang, penulis melakukan penyusunan laporan kerja magang berdasarkan pengalaman atas pekerjaan yang dilakukan selama melakukan praktik kerja magang / *internship* dengan bimbingan dosen pembimbing kerja magang.
- b. Laporan kerja magang disusun sesuai dengan format dan struktur yang sudah ditentukan oleh Universitas Multimedia Nusantara
- c. Penulis wajib mengisi formulir bimbingan magang yang ditandatangani oleh dosen pembimbing kerja magang dengan minimal 4x tatap muka.
- d. Menyerahkan laporan kerja magang dan mengajukan permohonan ujian kerja magang.
- e. Menghadiri ujian praktik kerja magang dan mempertanggungjawabkan laporan kerja magang yang telah dibuat.