

BAB I

PENDAHULUAN

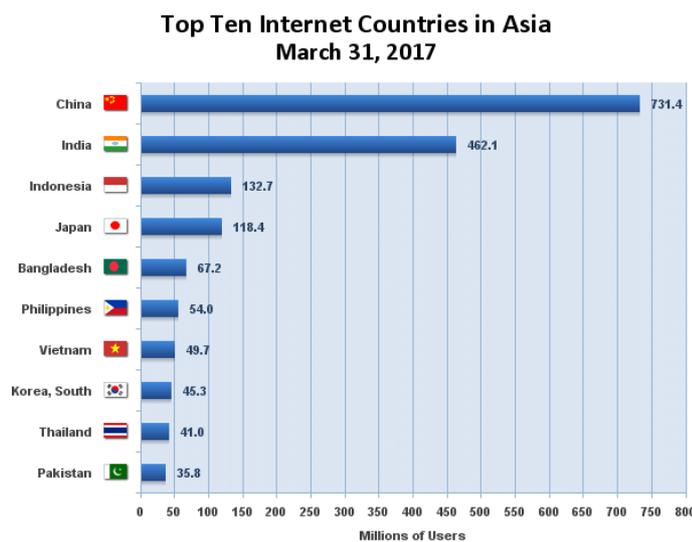
1.1 Latar Belakang

Era digitalisasi sangat berkembang dengan pesat, dimulai dari usaha bisnis kecil sampai besar memanfaatkan perkembangan digitalisasi untuk menjalankan dan melebarkan usahanya. Banyaknya pesaing yang menjadi salah satu pertimbangan bagi para usaha bisnis kecil sampai besar untuk masuk dalam persaingan yang sangat ketat.

Strategi pemasaran dan media yang tepat digunakan agar bisa meraih *target market* yang dituju sehingga volume penjualan selalu meningkat. *Digital marketing* adalah salah satu media pemasaran yang saat ini semua perusahaan di dunia gunakan. Melalui *digital marketing* komunikasi dan transaksi dapat dilakukan setiap waktu.

Sehingga Pengguna internet terus meningkat. Berdasarkan data yang dirilis oleh (Internet World Stats, 2020), Indonesia menjadi negara dengan pengguna internet ke-4 terbanyak di Asia, yaitu sebesar 132,7 juta pengguna.

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet di Asia



Source: Internet World Stats - www.internetworldstats.com/stats3.htm
1,874,136,654 Internet users in Asia estimated in March 31, 2017
Copyright © 2017, Miniwatts Marketing Group

Sumber: internetworldstats.com, 2017

(Kemp, 2020) juga merilis data statistik pengguna internet di Indonesia pada Januari 2020 yakni sebesar 175.4 juta pengguna. Diketahui juga, terdapat 160 juta pengguna aktif media sosial di Indonesia.

Gambar 1.2 Data Pengguna Internet di Indonesia



Sumber: Wearesocial.com, 2020

Data-data statistik di atas membuktikan bahwa sebagian besar masyarakat Indonesia sudah menggunakan internet dalam kesehariannya dan menggunakan media sosial secara aktif.

Menurut (Kotler & Keller, 2012), media sosial merupakan sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi, teks, gambar, video, dan audio dengan satu sama lain. Tak dapat dipungkiri bahwa kehadiran media sosial dalam jejaring internet menarik minat masyarakat.

Maraknya penggunaan media sosial juga dipengaruhi oleh fitur-fitur menarik yang disediakan. Sebagai contoh, masyarakat dapat membagikan pemikirannya dalam bentuk tulisan, foto dan video, bahkan siaran langsung (Live) melalui Facebook. Masyarakat juga dapat membagikan foto dan video kesehariannya melalui Instagram.

Berdasarkan ilustrasi di atas, terlihat betapa lekatnya aktivitas masyarakat dengan media sosial. Keadaan ini memunculkan pemikiran

bahwa aktivitas pemasaran pun dapat dilakukan dalam media sosial (Angelia, 2016)

Media sosial tidak hanya digunakan oleh personal, melainkan juga oleh perusahaan untuk menjalankan aktivitas pemasaran. Dibandingkan dengan pemasaran tradisional, pemasaran media sosial lebih menghasilkan banyak keuntungan, karena pada dasarnya pemasaran adalah sesuatu yang konstan tidak peduli apapun industrinya, lapangan atau bisnis apa yang dimiliki (eMarketing Institute, 2017).

Seven Ads merupakan perusahaan yang bergerak di bidang industri *digital marketing*. Industri *Digital Marketing* saat ini menjadi alat dan strategi utama yang diterapkan perusahaan-perusahaan di seluruh dunia. Dengan kemajuan teknologi dan media digital industri *digital marketing* ini menjadi salah satu *platform* penyedia konten dan ide kreatif untuk memasarkan sebuah produk.

Sebagai perusahaan yang ahli di bidang media sosial, Seven Ads membantu dan menyediakan kebutuhan media sosial klien, *Influencer Marketing*, *Social Media Management*, dan *Digital Marketing*. Dalam hal ini, Seven Ads membantu sebuah *brand* menciptakan *platform* media sosial yang lebih besar yang akan dikenal oleh khalayak luas.

Salah satu klien Seven Ads yang menjalankan aktivitas *digital marketing* yakni Raiku *beauty* yang menjalankan aktivitas *campaign* di media sosial untuk membangun sebuah citra positif dalam sebuah *brand*. Serta klien lain yakni BBSstores, WeHelpYou_id dan Maimaid_Id yang menjalankan aktivitas *digital marketing* dalam bentuk konten media sosial untuk menarik *awareness* dan *Audiens*.

Selain sebagai syarat menempuh kelulusan, praktik kerja magang sebagai *Social Media Content* di Seven Ads sangat menarik untuk dipelajari karena seorang *social media content* memiliki peranan penting dalam pembuatan konten artikel, konten media sosial dan kampanye pada media sosial.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Praktik kerja magang mahasiswa mampu menghasilkan mahasiswa yang kompeten di bidangnya, sehingga tidak hanya teori melainkan praktik langsung di lapangan. Dengan menjalani praktik kerja magang, mahasiswa akan memiliki wawasan dalam menghubungkan teori yang diperoleh ke dalam praktik kerja magang di dunia nyata. Selain menjadi salah satu syarat menempuh pendidikan S1, dalam kerja magang ini penulis bertujuan untuk:

- a. Mengetahui peran *Social Media Content* di *Creative Digital Agency*.
- b. Menambah keterampilan dalam menulis konten dan berpikir kreatif.
- c. Menyelesaikan masalah yang dihadapi saat berada di dunia kerja dengan ilmu yang telah mahasiswa pelajari di kampus.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Mahasiswa melakukan praktik kerja sebagai Content Writer di PT Tujuh Solusi Kreatif (SevenAds Indonesia) yang berlokasi di Startspace X Founders Coworking, Jl. Kemanggisan Raya No.64, Kec. Palmerah, Kota Jakarta Barat. Terhitung dari 18 Agustus hingga 30 November 2020, penulis bekerja dari Senin hingga Jumat, pukul 09:00 hingga 17:00 WIB.

Adapun prosedur pelaksanaan kerja magang yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Mengisi formulir pengajuan surat pengantar magang dari kampus (KM 01).
2. Mendapat surat pengantar kerja magang dari kampus untuk dikirimkan ke perusahaan yang ingin dituju.
3. Mengirimkan *Curriculum Vitae* (CV) Magang, Portofolio dan Transkrip Nilai ke PT. Tujuh Kreatif Solusi melalui email.
4. Mendapat panggilan untuk *interview* dan dinyatakan diterima oleh PT. Tujuh Kreatif Solusi.

5. Mengunduh kartu kerja magang, formulir kehadiran kerja magang, formulir hasil penilaian praktik kerja magang, verifikasi laporan magang, dan laporan realisasi kerja magang yang nantinya akan dilengkapi dengan tanda tangan dari supervisi lapangan setiap harinya.
6. Membuat laporan kerja magang dengan arahan dari dosen pembimbing. Setelah laporan selesai, penulis mempresentasikannya dalam sidang magang.