

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

PT Merah Putih Media merupakan sebuah perusahaan yang berdiri sejak tahun 2014 dan menaungi 5 media, yaitu merahputih.com, side.id, kabaroto.com, bolaskor.com, dan kamibijak. Secara keseluruhan, PT Merah Putih Media masih dibawahahi oleh pemilik JHL Group, Jerry Hermawan Lo dan merupakan *sister company* dari Clique Bar & Lounge dan JHL Solitaire.

Sebagai media yang bergerak dalam bentuk media *online*, tentunya PT Merah Putih Media tidak akan terlepas dari aktivitas di media sosial. Media sosial merupakan sebuah media online dimana para penggunanya bisa secara mudah berbagi, berpartisipasi, dan menciptakan isi (Cahyono, 2016, p. 142).

Selain itu, media sosial sendiri juga digunakan sebagai komponen penting dari pemasaran digital. Menurut Kotler & Keller (2016, p. 642), melalui media sosial pemasar dapat menciptakan aset pemasaran jangka panjang dan juga mengajak konsumen untuk ikut berpartisipasi dalam prosesnya.

Pemasaran digital merupakan salah satu cara penting bagi perusahaan untuk meraih *brand image* yang baik di mata konsumennya. Dengan pemasaran digital, *brand* maupun produk dari perusahaan akan memiliki citra yang kuat (Kotler & Keller, 2016, p. 18). Untuk mencapai hal ini, diperlukan individu yang kreatif dan disiplin dalam memunculkan ide agar pemasaran digital dapat menarik interaksi dari konsumen yang dituju.

Dilansir dari We Are Social Hootsuite 2020, sebanyak 175,4 juta atau 64% dari total keseluruhan penduduk Indonesia sudah menggunakan internet. Rata-rata pengguna berasal dari masyarakat berusia 16-64 tahun. Dari angka tersebut, sebanyak 160 juta pengguna internet menggunakan ponsel sebagai media untuk berselancar. Adapun rata-rata waktu penggunaan internet masyarakat Indonesia per hari mencapai 7 jam 59 menit dan 3 jam 26 menit dari waktu tersebut digunakan untuk mengakses media sosial.

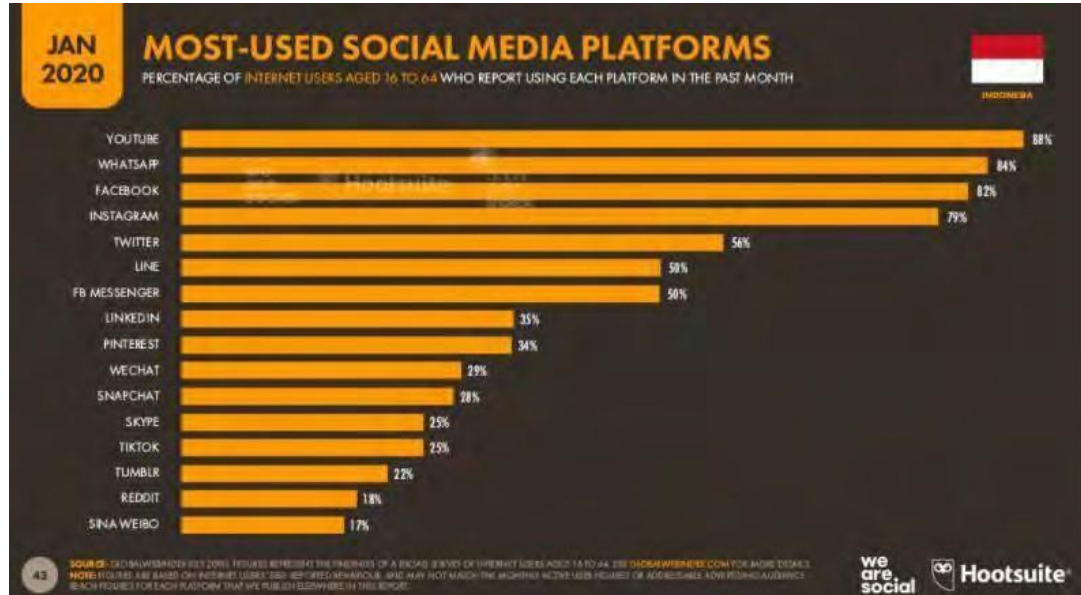
Gambar 1.1.1 Data Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia



Sumber : datareportal.com

Berdasarkan data yang diambil dari Hootsuite per Januari 2020, Facebook menempati tempat ke-3 sebagai platform media sosial paling aktif. Dengan presentase 82%. Diikuti dengan Instagram di posisi ke-4 dengan presentase 79% dan Twitter di posisi ke-5 dengan presentase 56%. Ketiga platform media sosial inilah yang digunakan oleh PT Merah Putih Media sebagai alat untuk melakukan kegiatan pemasaran digital.

Gambar 1.1.2 Data Platform Media Sosial Paling Aktif



Sumber : Hootsuite

Melansir dari kominfo.go.id, diperkirakan tahun 2018, sudah terdapat 43 ribu portal berita online yang ada di Indonesia. Dari jumlah tersebut, sebanyak 100 media sudah terverifikasi oleh negara. Melihat angka yang ada, persaingan antar portal berita online pun menjadi hal yang tak mudah bagi PT Merah Putih Media. Maka dari itu, tidak hanya melakukan pemasaran secara *offline*, PT Merah Putih Media juga harus melakukannya secara *online*.

Facebook, Instagram dan Twitter merupakan media sosial yang digunakan oleh PT Merah Putih Media untuk membantu mempromosikan situs berita yang dimilikinya. Media sosial ini digunakan agar lebih mendekatkan portal berita PT Merah Putih Media dengan konsumennya. Sesuai dengan fungsinya, media sosial memang merupakan media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia menggunakan teknologi web dan internet (Doni, 2017, p. 16).

Di antara kelima media yang berada dibawah naungan PT Merah Putih Media, penulis melakukan kegiatan praktik kerja magang di bawah media merahputih.com dan kabaroto.com dengan posisi sebagai *social media marketing*, yang merupakan salah satu profesi dibawah *marketing communications*. Dalam divisi ini, tugas yang didapat adalah membuat *caption* yang menarik di Facebook merahputih.com sebagai *update* berita harian, membuat laporan perkembangan bulanan, rapat mingguan yang diadakan setiap hari Rabu yang membahas konten media sosial untuk 1 minggu ke depan, memberikan update setiap pagi mengenai berita yang sedang ramai seputar otomotif untuk di-*posting* pada *story* Instagram kabaroto.com, dan infografis otomotif bagi kabaroto.com.

Topik dalam laporan kerja magang ini adalah *digital marketing* dan pemasaran sosial media karena hal tersebut merupakan kebutuhan suatu media untuk mengikuti perkembangan zaman dengan menggunakan portal berita online. Pemasaran yang ada zaman sekarang juga kebanyakan menggunakan media *online* sehingga penulis juga dapat sekaligus mempraktikkan ilmu yang didapat selama mengikuti perkuliahan ke dunia kerja. Judul dalam laporan kerja magang adalah sebagai berikut : “KEGIATAN PEMASARAN MEDIA SOSIAL DI PT MERAH PUTIH MEDIA”

1.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan dari pelaksanaan kegiatan magang adalah untuk menerapkan ilmu dan pelajaran yang sudah didapatkan selama mengikuti perkuliahan di Universitas Multimedia Nusantara secara nyata. Berikut adalah tujuan praktik kerja magang secara spesifik:

1. Memahami konsep digital marketing dalam praktik kerja magang pada PT Merah Putih Media
2. Memahami konsep pemasaran melalui social media dalam praktik kerja magang di PT Merah Putih Media

3. Memahami alur kerja secara profesional di bidang *Social Media* dan juga membangun jaringan *networking* dengan baik

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang dilaksanakan di PT Merah Putih Media yang berlokasi di Paramount Hill Golf blok GGT no 112, Paramount Serpong, Pagedangan, Kabupaten. Tangerang, 15332 Banten, Indonesia. Magang dilakukan selama kurang lebih 3 bulan terhitung dari tanggal 18 Agustus 2020 hingga 18 November 2020. Untuk jadwal bekerja, perusahaan menetapkan harinya adalah Senin sampai Jumat dengan waktu kerja 9 jam, dimulai dari 09.00 WIB hingga 18.00 WIB baik secara online maupun offline.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1. Membuat surat lamaran untuk dikirimkan kepada PT Merah Putih Media
2. Melakukan interview langsung di PT Merah Putih Media pada 15 Juni 2020
3. Memulai kegiatan praktik kerja magang pada 16 Juni 2020 berstatus magang mandiri
4. KM-01 diajukan oleh penulis melalui Google Form kepada kampus untuk disetujui oleh Ketua Program Studi
5. KM-02 diterima oleh penulis pada tanggal 18 Agustus 2020 sebagai tanda kegiatan praktik kerja magang resmi dimulai
6. Kegiatan magang dilakukan terhitung tanggal 18 Agustus 2020 hingga 18 November 2020
7. KM-06 dan KM-07 yang berisi penilaian bagi kinerja penulis diserahkan kepada Pembimbing Lapangan Magang, Wiwit Purnama Sari.