

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

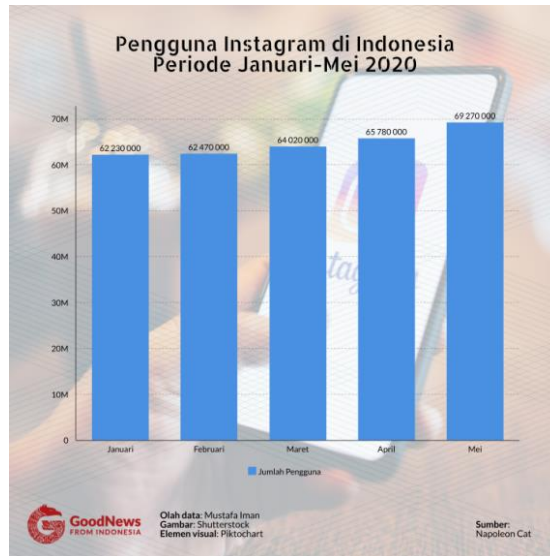
Kemajuan teknologi komunikasi secara digital memunculkan trend baru dalam upaya mempromosikan produk. Inovasi ini menggeser kegiatan pemasaran yang awalnya dilakukan secara konvensional kemudian bergeser kepada cara yang lebih modern menggunakan media digital.

Pemanfaatan media digital sebagai alat mempromosikan produk ini diperkuat oleh data yang dikeluarkan kominfo yang memaparkan bahwa statistik aktifitas pengguna internet sebanyak 53,7% adalah untuk mencari informasi baik barang maupun jasa (Kominfo, 2016). Presentase yang cukup besar ini menunjukkan lebih dari setengah pengguna internet di Indonesia sudah aktif dalam pencarian produk maupun jasa melalui konten digital, salah satunya adalah melalui instagram.

Menurut Tezza (2018, p. 16) Instagram adalah tempat untuk menciptakan dunia anda sendiri di dalam dunia. Instagram adalah sarana seseorang dapat melopori usaha, menyebarkan karya berupa seni dan bertemu banyak orang luar biasa. Instagram memiliki nilai tambah sebagai sarana untuk berinteraksi diantara penggunanya, khususnya dalam komunikasi pemasaran. Penggunaanya terus meningkat mengingat karakteristik Instagram yang memiliki fitur lengkap dan terus berkembang sangat cocok dengan karakteristik manusia yang merupakan makhluk sosial dan secara alamiah ingin selalu terkoneksi juga berbagi hidup.

Pengguna Instagram di Indonesia periode 2020 terus meningkat. Menurut data yang dirilis *Napoleon Cat*, tercatat bahwa ada sekitar 62.230.000 pengguna Instagram di Januari 2020 yang terus meningkat hingga berada di angka 69.270.000 hanya dalam jangka waktu lima bulan. Berdasarkan data yang ada, tidak menutup kemungkinan bahwa angka pengguna Instagram akan terus meningkat secara signifikan di setiap bulannya seperti grafik data pengguna instagram di Indonesia dibawah ini.

Gambar 1.1 Data pengguna Instagram di Indonesia
Periode Januari-Mei 2020

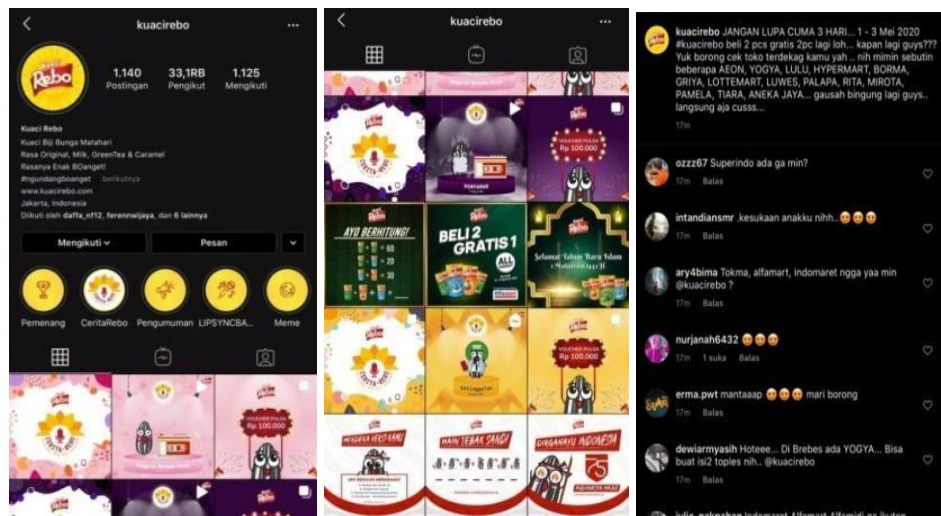


Sumber: Good News Indonesia , 2020

Fenomena kekuatan yang dimiliki Instagram dan budaya konsumtif yang melekat dari diri masyarakat Indonesia kini digunakan berbagai pihak khususnya kepentingan komersil dengan menjadikan Instagram sebagai *platform* pijakan kaki melalui konten *marketing* guna mencapai tujuan tertentu. Pulizzi (Pulizzi dalam Elisa, 2009) mendefinisikan konten *marketing* sebagai teknik membuat dan mendistribusikan konten yang relevan, menarik, melibatkan juga memahami target audiens dengan tujuan mengarah kepada perubahan dari konsumen yang menguntungkan.

Penggunaan media social khususnya konten *marketing* di Instagram. juga dilakukan oleh PT Gumindo Bogamanis. Perusahaan yang bergerak di bidang *Fast Moving Consumer Good* (FMCG) sejak 2004 ini menawarkan produk kuaci dengan merk Kuaci Rebo. Melalui akun Instagramnya yakni @kuacirebo, sejak tahun 2016 @kuacirebo aktif mengunggah berbagai konten diantaranya: kuis interaktif, informasi promo, dan berbagai konten tematik lainnya.

Gambar 1.2 Instagram Kuaci Rebo



Sumber: Instagram (kuaci rebo, 2020)

Akun Instagram yang memiliki pengikut sebanyak 33.100 akun ini aktif mengunggah konten *feeds* sebanyak empat kali dalam seminggu. Interaksi antara konsumen dan akun @kuacirebo juga terbentuk dengan adanya berbagai tanggapan baik lewat komentar maupun pesan langsung dari pengikutnya. Dengan banyak dan aktifnya konten *marketing* di akun Instagram @kuacirebo, maka penulis tertarik untuk mencari pengalaman dan relevansi dari teori komunikasi yang sudah diajarkan di universitas dengan praktik lapangan yang sesungguhnya melalui program kerja magang di PT Gumindo Bogamanis khususnya sebagai Digital Media and Business Administration.

1.2 Tujuan dan Manfaat Kerja Magang

Secara umum, kegiatan kerja magang ini dilakukan untuk mengaitkan materi teoritis yang didapatkan selama perkuliahan dengan praktiknya di lapangan. Dengan demikian mahasiswa diharapkan dapat mengimplementasikan materi yang ada dalam dunia kerja yang sesungguhnya. Namun adapun tujuan khusus penulis melakukan praktik kerja magang di PT Gumindo Bogamanis, antara lain:

1. Mempelajari perencanaan dan penggunaan media sosial dalam mempromosikan produk di PT. Gumindo Bogamanis.
2. Mempelajari *soft skills* dan *hard skills* yang berkaitan dengan penggunaan media sosial untuk mempromosikan produk.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Praktik kerja magang sebagai Digital Media and Business Administration ini dilakukan selama 6 bulan mulai dari 15 Juli 2020 hingga 15 Januari 2020 pukul 08.00-17.00 dari Senin sampai Jumat dan bertepatan di kantor pusat PT Gumindo Bogamanis.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Proses dan prosedur pelaksanaan kerja magang terbagi menjadi beberapa tahapan, diantaranya :

1. Mempersiapkan pengajuan kerja magang yakni *Curriculum Vitae* (CV) dan *cover letter* kemudian mengirimkan ke beberapa perusahaan salah satunya PT Gumindo Bogamanis melalui laman Jobstreet.
2. Mendapat panggilan *interview* HRD melalui *zoom meeting* dan diundang untuk melakukan uji psikotes pada 23 Juni 2020, pukul 2 siang.
3. Mendapat panggilan *interview supervisor* secara langsung di PT Gumindo Bogamanis pada 25 Juni 2020.

4. Pada 8 Juli 2020 menerima jawaban akhir untuk bisa melaksanakan kerja magang di PT Gumindo Bogamanis dan dimulai untuk melakukan kegiatan kerja magang pada 15 Juli 2020.
5. Mengajukan KM 01 dengan mengisi google form yang disediakan oleh prodi pada 12 Agustus 2020 sebagai prosedur kampus Universitas Multimedia Nusantara untuk dapat kerja magang di PT Gumindo Bogamanis.
6. Mendapatkan form KM 03 dengan mengunduh secara individu yang berisi kartu kerja magang untuk data universitas.
7. Mendapatkan form KM 04 dengan mengunduh secara individu, yang berisi absensi atau daftar hadir kerja magang.
8. Mendapatkan form KM 05 dengan mengunduh secara individu, yang berisi rekap mingguan terkait uraian kegiatan kerja magang, untuk melaporkan pekerjaan apa saja yang sudah dilakukan.
9. Mendapatkan form KM 06 dengan mengunduh secara individu, yang berisi daftar nilai individu dari universitas yang ditujukan langsung dan akan diisi oleh *supervisor* yakni Assisten Brand Manager PT Gumindo Bogamanis
10. Mendapatkan form KM 07 dengan mengunduh secara individu, yang berisi lembar verifikasi laporan kerja magang yang telah dibuat oleh mahasiswa.