



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Aktivitas Digital Marketing saat ini sudah menjadi hal yang biasa untuk melakukan sebuah pemasaran yang dilakukan oleh sebuah perusahaan ataupun organisasi. Digital marketing sendiri dapat diartikan sebagai taktik pemasaran yang menggunakan internet atau perangkat elektronik sebagai media utama pemasarannya dengan menggunakan berbagai taktik marketing serta media digital yang membuat konsumen dapat berkomunikasi secara langsung dengan perusahaan. Peningkatan digital marketing yang secara pesat ini diakibatkan oleh era globalisasi yang menuntut sebuah perubahan yang berkaitan dengan budaya sehingga orang-orang harus menyesuaikan dengan perubahan tersebut, sama halnya dengan marketing yang harus mengikuti perubahan yang diakibatkan oleh globalisasi. Tentu hal tersebut juga mempengaruhi perusahaan-perusahaan, dimana perusahaan perlu meningkatkan kemampuan mereka dalam melakukan Digital Marketing agar dapat terus berkompetisi dengan perusahaan-perusahaan lainnya di bisnis global (Bayu, 2016).

*Digital marketing* dapat diartikan dengan salah satu bentuk pemasaran yang digunakan untuk mempromosikan sebuah produk atau jasa serta menjangkau konsumen-konsumen dengan menggunakan media digital sebagai media utamanya. (Yasmin, 2015). Media digital yang dimaksud merupakan sosial media yang marak digunakan oleh masyarakat

atau perusahaan untuk menjangkau khalayak dalam jumlah yang banyak, sehingga dibutuhkan pengelolaan sosial media yang baik dan benar untuk dapat menjalankan taktik *digital marketing* melalui sosial media.

*Digital marketing* membutuhkan *social media specialist* untuk dapat menjalankan serta menganalisis kegiatan-kegiatan yang dipasarkan melalui media sosial. Tujuan dari adanya *social media specialist* adalah memperkenalkan produk yang akan dipasarkan, memperluas jangkauan target serta meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap produk. *Social media specialist* juga dapat membantu perusahaan dalam menentukan konten atau pesan seperti apa yang cocok dengan target, sehingga diperlukannya riset terlebih dahulu mengenai konten seperti apa yang ramai dibicarakan, *visual* seperti apa yang menarik banyak *audience*, dan pesan yang seperti apa yang dapat tersampaikan dengan baik ke target.

Pandemi Covid-19 juga mendorong perubahan besar kepada kehidupan masyarakat Indonesia, yang memaksa masyarakat untuk mengurangi pertemuan tatap muka dan menerapkan protokol kesehatan dalam melakukan kegiatan sehari-hari. Hal ini tidak hanya mempengaruhi dunia pekerjaan tetapi juga dunia Pendidikan, dimana siswa, siswi, mahasiswa, dan mahasiswi harus melakukan pembelajaran *online* karena pandemi Covid-19.

Gramedia Mitra Edukasi Indonesia atau GMEI tengah mengembangkan sebuah platform pembelajaran *online* dengan tujuan untuk membantu siswa menguasai materi pelajaran untuk menghadapi

Ujian Sekolah dan Ujian Nasional. Kawan Muamua akan bekerja sama dengan guru sesuai dengan keahlian dari masing-masing guru untuk membuat pembahasan soal yang terbaik untuk siswa. Saat ini, Kawan Muamua baru menjalankan salah satu dari ketiga produknya yaitu Kawan Eksploo, dimana produk ini adalah sebuah platform bagi sekolah untuk melakukan penilaian secara online, melakukan analisis nilai siswa, dan bank soal serta pembahasannya.

Untuk memasarkan produk Kawan Muamua secara digital, maka Gramedia Mitra Edukasi menyediakan layanan social media specialist untuk membantu memasarkan produk mereka, yaitu Kawan Muamua. Karena produk Kawan Muamua masih tergolong baru, maka tujuan utama dari digital marketing Kawan Muamua tidak hanya untuk memasarkan produknya, melainkan untuk meningkatkan *awareness* agar produk dapat dikenal oleh masyarakat dan kemudian digunakan oleh masyarakat.

Kebaruan dari media sosial Instagram Kawan Muamua membuat kami harus membangun sosial media ini dari kosong dan untuk tujuan jangka panjang, social media Instagram inilah yang akan digunakan sebagai media interaksi utama dengan masyarakat karena efek dari tingginya angka pengguna sosial media di Indonesia. Instagram sendiri dapat diartikan sebagai *mobile social marketing service* yang mengizinkan pengguna untuk mengambil sebuah foto ataupun video dan mengunggah foto atau video tersebut ke berbagai jenis *platform social networking* (Quesenberry, 2018).

Dalam mengelola akun Instagram milik Kawan Muamua, dibutuhkan komunikasi yang khusus karena target yang dituju merupakan anak-anak sekolah dan keinginan untuk membangun akun Kawan Muamua sebagai sebuah akun edukasi yang bermanfaat. Karena itu, penulis tertarik untuk mengambil kajian mengenai aktivitas *social media specialist* Kawan Muamua.

## **1.2 Tujuan Kerja Magang**

Berikut adalah tujuan dari kerja magang yang dilakukan di Kompas Gramedia:

- a. Mengetahui aktivitas *social media specialist* yang dilakukan di Kawan Muamua
- b. Menerapkan pengetahuan penulis mengenai sosial media yang telah didapatkan di Universitas ke dalam praktik kerja magang

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

### **1.3.2 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Pelaksanaan kerja magang di Kawan Muamua berlangsung selama kurang lebih 3 bulan atau hari kerja yang dihitung mulai dari 4 Oktober 2020 hingga 4 Januari 2021. Jam kerja yang berlaku menyesuaikan dengan Kompas Gramedia dan PT. Gramedia Digital Printing yaitu dimulai dari jam 08.00 sampai dengan jam 16.00.

Penyesuaian jam dilakukan karena pandemic Covid-19 dimana jam kerja normal adalah jam 08.00 hingga jam 17.00. Sedangkan pembagian *Work From Home* (WFH) dan *Work From Office* (WFO) disesuaikan dengan supervisor kantor yaitu hari Selasa, Kamis, dan Sabtu WFH dan hari Senin, Rabu, dan Jumat WFO, tujuan diberlakukan WFH dan WFO adalah penerapan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) yang diterapkan di Jakarta.

### **1.3.2 Prosedur Praktik Kerja Magang**

Berikut adalah prosedur praktik kerja magang yang dilakukan selama program kerja magang di Kawan Muamua:

- 1) Mengirimkan *Curriculum Vitae* (CV) kepada PT. Gramedia Printing melalui email.
- 2) Mendapatkan balasan via Whatsapp untuk jadwal wawancara oleh HR Kompas Gramedia Group Manufacture
- 3) Melakukan wawancara pada tanggal 29 September 2020 dengan HR dan penanggung jawab magang
- 4) Mendapatkan keputusan diterima pada tanggal 1 Oktober 2020 dan melakukan pemenuhan persyaratan dan mengisi formulir identitas

5) Mengisi surat KM-01 kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mendapatkan kartu kerja magang, absensi, dan form penilaian program magang yang akan ditanda tangani oleh supervisor di Kawan Muamua

