

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini perkembangan teknologi membuat persaingan antar perusahaan semakin ketat dengan mengadakan perubahan internal pada perusahaan. Dalam menghadapi perubahan internal dan eksternal perusahaan, karyawan dituntut juga beradaptasi serta meningkatkan kualitas dirinya terutama peningkatan pengetahuan dan keterampilan sehingga mereka dapat memberikan kontribusi yang sangat baik kepada perusahaan dan mengikuti tugas serta tanggung jawab demi kepentingan perusahaan. Diperlukan perencanaan strategis perusahaan dalam mengembangkan sumber daya manusianya.

Gramedia Academy adalah bagian dari kelompok Kompas Gramedia di bidang pendidikan (*education*) dan pengembangan manusia (*people development*) yang fokus pada layanan penyediaan *best-practice training*. *Best-practice training* merupakan program pelatihan yang menitikberatkan pada aspek praktis, spesifik, dan tetap mengutamakan kualitas.

Dalam bisnis penyedia jasa pelatihan pengembangan manusia, Gramedia Academy dituntut harus merancang strategi pemasaran jasa yang baik, mengingat ledakan penggunaan layanan sosial media di masyarakat Indonesia cukup signifikan. Mark Zuckerberg (*Founder Facebook*) berpendapat bahwa kecenderungan orang menunjukkan dirinya di dunia online akan meningkat dua kali lipat setiap tahunnya. Data dari (Hootsuite, 2020) mengatakan pengguna Instagram di Indonesia sebanyak 79% dari jumlah populasi di Indonesia. Tentunya perusahaan harus memanfaatkan pertumbuhan tersebut dalam meraih konsumen lewat bisnis online yang mereka miliki melalui media sosial.

Gramedia Academy menargetkan *milenial* dan *gen Z* sebagai segmen khalayaknya mengingat di usia mereka saat ini adalah usia mereka yang sedang bekerja dan belajar dalam mencapai impiannya. Menurut Statista (2020), pengguna Instagram di Indonesia yang berusia 18-24 tahun menempati peringkat

pertama terbanyak dalam menggunakan media sosial Instagram dan peringkat kedua ditempati oleh pengguna yang berusia 25-34 tahun. Hal ini mempengaruhi strategi pemasaran Gramedia Academy dalam memilih media sosial seperti Instagram.

Dalam kegiatan pemasaran digitalnya, Gramedia Academy menggunakan media sosial Instagram untuk memberikan informasi layanan jasanya dan informasi lainnya guna menjaga hubungan antar Gramedia Academy dan pengikutnya. Dalam melakukan praktik magang, penulis ditunjuk sebagai *Digital Content* dalam mengolah Instagram Gramedia Academy dengan harapan dari pembimbing yaitu dapat meningkatkan *engagement* dan mengaktifkan media sosial Gramedia Academy mengingat *engagement* media sosial Instagram nya yang sangat rendah.

Digital Content merupakan pemasaran dan proses bisnis untuk mendistribusikan konten yang relevan dan berharga untuk menarik, memperoleh, dan melibatkan audiens target yang didefinisikan dengan jelas dan dipahami – dengan tujuan mendorong aksi pelanggan yang menguntungkan” Content Marketing Institute, 2015 (Patrutiu Baltes, 2015, p.112). Dengan adanya *Digital Content*, perusahaan tidak hanya mencari pelanggan baru, tetapi juga dapat mempertahankan hubungan dengan pelanggan lama lewat sajian konten perusahaan. Shevlin, (2007) (Brodie, Hollebeek, Juric, & Ilic, 2011, p.267) menyatakan bahwa customer engagement adalah interaksi berulang dan memuaskan yang memperkuat hubungan emosional yang dimiliki konsumen dengan suatu merek(atau produk atau perusahaan). Oleh karena itu, peranan *Digital Content* sangatlah penting mengingat pengguna internet di dunia yang semakin banyak dan meningkat setiap waktunya.

Dalam pembuatan konten, Gramedia Academy selalu melakukan *soft-selling* dengan menyediakan konten-konten Instagram yang bermanfaat untuk pengikut Instagramnya. Seperti pada konten *#tuesandtrick* yang berisi cara-cara melakukan sesuatu dengan baik sehingga konten tersebut mempunyai jembatan penghubung ke konten Kelas Akhir Pekan. Sedangkan Kelas Akhir Pekan adalah

program yang diadakan setiap akhir pekan yang bermanfaat untuk mengasah *soft skill* dan *hard skill* dengan menghadirkan *trainer* yang berpengalaman.



Gambar 1.2 (kiri)

Salah satu konten #tuesandtrick

Sumber : Instagram @gramediaacademy

Gambar 1.3 (kanan)

Program Kelas Akhir Pekan

Sumber : Instagram @gamediaacademy

Aktivitas yang dilakukan oleh tim media sosial yang inilah yang membuat penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana strategi pembuatan konten menarik yang dilakukan oleh Gamedia Academy secara langsung dengan melaksanakan praktik magang di Gamedia Academy (Kompas Gamedia Group).

1.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan penulis dalam melaksanakan praktik magang di Gamedia Academy adalah:

1. Untuk mengetahui aktivitas *Digital Content* di Gamedia Academy dalam meningkatkan *engagement* di Instagram
2. Untuk menerapkan mata kuliah *Art, Copywriting & Creative Strategy* dan *Visual Communication & Literacy* ke dalam dunia kerja
3. Untuk mengimplementasikan pengetahuan praktis terkait *Digital Content* di media sosial

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melakukan kegiatan magang di Gamedia Academy selama 64 hari dan dimulai pada tanggal 5 Agustus 2020 hingga 30 Oktober 2020 yang bertempat di Gedung Kompas Gamedia Palmerah Barat lantai 4. Dalam proses magang, pekerja magang harus mengikuti aturan dan prosedur yang disetujui kedua belah pihak di atas kontrak. Jadwal kegiatan kerja magang dilakukan selama setiap hari mulai pukul 08:00 - 16:00.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis memenuhi segala persyaratan melakukan praktik kerja magang oleh Universitas Multimedia Nusantara dan berikut prosedur pelaksanaan kerja magang:

1. Memberikan *Curriculum Vitae* penulis kepada perusahaan Kompas Gramedia dan melakukan wawancara kerja pada tanggal 5 Agustus 2020.
2. Setelah diterima, penulis mengajukan formulir permohonan kerja KM-01 pada 1 September 2020
3. Penulis menerima KM-02 yang ditandatangani oleh Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi dan memberikan KM-02 kepada Gramedia Academy yang berisi penulis diizinkan untuk melakukan praktik kerja magang di Gramedia Academy untuk mendapatkan formulir KM-04 - KM-08.
4. Selama melakukan praktik kerja magang, penulis mengisi absensi pekerjaan penulis di form KM-04 dan KM-05 setiap minggunya
5. Penulis menyelesaikan praktik kerja magang sebagai bukti kontribusi penulis di Gramedia Academy dan membuat laporan magang dengan dosen pembimbing.