



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Perusahaan percetakan di Indonesia menjadi salah satu industri pilihan masyarakat untuk dijadikan mata pencaharian. Usaha-usaha percetakan kecil sangat mudah dijumpai di sekitar lingkungan baik perumahan maupun perkantoran. Industri percetakan juga sangat digemari oleh masyarakat karena peluangnya yang besar melihat banyaknya masyarakat yang membutuhkan jasa mencetak baik untuk keperluan pribadi maupun bisnis. Jasa percetakan sangat dibutuhkan untuk keperluan bisnis seperti mencetak kemasan produk, kebutuhan pemasaran dari sebuah perusahaan atau UMKM. Namun dikarenakan permintaan jasa cetak yang semakin tinggi, perusahaan percetakan perlu meningkatkan kegiatan produksi untuk memenuhi permintaan cetak dari klien dalam skala besar.

Seperti usaha-usaha pada umumnya, perusahaan percetakan juga memerlukan *social media* untuk kepentingan perusahaan. Namun, hal ini masih jarang diterapkan oleh perusahaan percetakan besar. Sama seperti usaha bisnis lainnya, dengan menggunakan *social media* merupakan salah satu upaya mendapatkan calon pembeli atau calon klien. *Social media* bekerja sebagai *platform* informasi untuk mengedukasi masyarakat agar terjalin hubungan secara tidak langsung antara masyarakat dengan perusahaan.

Pada masa pandemi covid-19 melanda, kesulitan banyak dihadapi oleh beberapa industri di Indonesia salah satunya industri percetakan. Situasi tersebut mengakibatkan perusahaan kesulitan untuk melakukan *meeting* dan beraktifitas seperti biasa. Dampak yang diberikan oleh pandemi covid-19 menyadarkan salah satu perusahaan jasa percetakan

Indonesia bernama PT. Printindo Utama yang dimana perusahaan sadar betapa pentingnya teknologi khususnya *social media* bagi suatu perusahaan. Untuk itu PT. Printindo Utama mengambil langkah dengan mengaktifkan *social media* perusahaan agar dapat menargetkan target pasar melalui *platform digital*.

**Gambar 1.1 Data Statistik Dunia Digital Indonesia 2021**



Setelah terjadinya pandemi covid-19, memang *social media* menjadi *platform* favorit seluruh masyarakat Indonesia mengingat keterbatasan dalam bertemu secara langsung sehingga segala aktivitas yang biasa dilakukan secara *offline* hanya bisa diakses secara *online*. Menurut data statistik dunia digital milik Hootsuite, untuk tahun 2021 Indonesia memiliki angka yang terbilang cukup tinggi. Untuk kebanyakan masyarakat, *social media* digunakan sebagai konsumsi hiburan sehari-hari namun tidak menutup kemungkinan untuk memanfaatkan *social media* dalam berbisnis. *Social media* bisa juga digunakan sebagai salah satu strategi *marketing*, bahkan dengan memanfaatkan *social media* bisa menjangkau target pasar lebih luas secara leluasa. Selain itu masih banyak lagi manfaat dan keuntungan memanfaatkan *social media* sebagai strategi *marketing*. Menurut Falls & Deckers (2012, p. 19),

manfaat dari *socialmedia marketing* yaitu:

1. Meningkatkan *branding* dan *awareness*
2. Melindungi reputasi *brand*
3. Meningkatkan hubungan antara brand dengan masyarakat (*public relations*)
4. Membantu *brand* dalam membentuk komunitas
5. Meningkatkan pelayanan bagi konsumen (*customer service*)
6. Memfasilitasi dalam riset dan pengembangan (*research and development*)
7. Mendorong leads dan penjualan (*sales*)

Mengetahui manfaat dan keuntungan dari memanfaatkan media sosial, PT Printindo Utama membentuk divisi baru yakni *Digital Marketing* yang dimana akan bekerja di seputar *digital marketing*. Dengan memanfaatkan media sosial, PT. Printindo memiliki tujuan untuk meningkatkan *brand awareness* PT. Printindo Utama agar lebih dikenal oleh masyarakat yang berpotensi menjadi klien. PT. Printindo Utama memiliki target untuk membuat *traffic* pada *social media* menjadi *sales* perusahaan. Dalam divisi *digital marketing* terdapat posisi *social media* yang mengurus seluruh platforms *social media* milik perusahaan, yang dimana mereka memiliki tugas memberikan konten yang dapat membentuk brand perusahaan di mata masyarakat serta mengedukasi perihal percetakan. Melalui *social media* juga mempermudah masyarakat untuk mengakses informasi, dikarenakan itu sangat penting posisi *social media specialist* yang menjadi tembok terdepan penghubung antara perusahaan dengan masyarakat.

Dalam hal ini, penulis berperan sebagai *social media intern* yang bertugas mencapai target tersebut dengan menerapkan hasil pembelajaran selama berkuliah 6 semester di Universitas Multimedia Nusantara. Ilmu-ilmu yang kerap diterapkan oleh penulis dalam melaksanakan proses kerja magang yakni mengenai bidang *Marketing Communication* khususnya terkait *Social Media Platforms*. Dalam menerapkan konsep dan metode yang dipelajari di perkuliahan, penulis perlu menyesuaikan beberapa

ketentuan yang dimiliki maupun ditargetkan oleh pihak perusahaan.

## 1.2. Tujuan Kerja Magang

Kerja magang ini dilakukan dengan tujuan untuk memenuhi syarat kelulusan kuliah program studi Ilmu Komunikasi agar mendapatkan gelar sarjana Strata Satu. Selain itu, tujuan dilakukannya kerja magang ini untuk menerapkan hasil pembelajaran selama 6 semester di bangku kuliah pada dunia kerja. Dari pengalaman ini, mahasiswa dan mahasiswi dapat mengalami langsung dunia kerja yang berbeda dari sekedar mempelajari teori di kelas. Hal ini diperlukan dikarenakan teori saja tidak cukup bagi mahasiswa dan mahasiswi untuk memahami pembelajaran, namun diperlukan adanya praktek. Adapun tujuan kerja magang sebagai Social Media Intern di perusahaan PT. Printindo Utama sebagai berikut:

1. Memenuhi persyaratan lulus kuliah dan mendapatkan gelar sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi
2. Menerapkan hasil pembelajaran seputar *Marketing Communication* khususnya *Social Media* yang didapatkan saat semester 1-6 perkuliahan pada PT. Printindo Utama

## 1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

### 1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan praktik kerja magang Universitas Multimedia Nusantara Program Studi Ilmu Komunikasi dilakukan selama 3 bulan. Kerja magang dimulai dari tanggal 13 September 2021 sampai dengan 13 Desember 2021 dengan minimal 60 hari kerja atau selama 3 bulan. Pelaksanaan kerja magang di PT. Printindo Utama dilaksanakan secara *offline* berlokasi di kantor PT. Printindo Utama, setiap hari Senin – Jumat pukul 09.00 sampai dengan 17.00

Nama Perusahaan : PT. Printindo Utama

Bidang Usaha : Percetakan

Waktu Pelaksanaan : 13 September 2021 s/d 13 Desember 2021  
Waktu Kerja : Senin – Jumat; Pukul 09.00 – 17.00  
Sistem Kerja : *Work From Office* (WFO)  
Posisi Magang : *Social Media Intern*

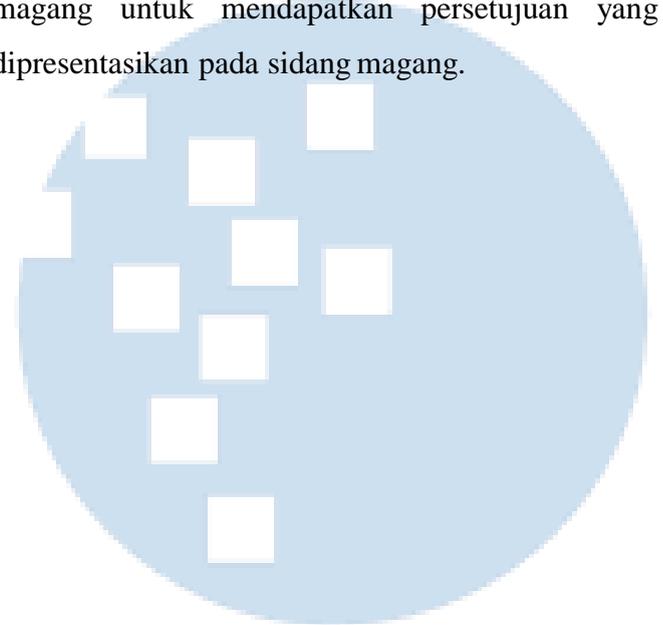
### 1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur pelaksanaan kerja magang pada semester tahun ini memiliki beberapa perubahan terkait situasi pandemi yang masih belum mendukung sepenuhnya. Berikut prosedur yang dilakukan selama pelaksanaan kerja magang:

- a. Mencari informasi terkait lowongan kerja yang sedang buka melalui beberapa platforms social media seperti LinkedIn, Glints, Instagram, dan sebagainya.
- b. Melakukan bimbingan magang dengan dosen pembimbing untuk mendapatkan saran terkait tempat magang.
- c. Mengirimkan CV beserta *cover letter* melalui *email* kepada PT. Printindo Utama.
- d. Melakukan *interview* melalui telepon yang kemudian dilanjutkan *interview* melalui *video call* di aplikasi Zoom.
- e. Mendapatkan *email* dari PT. Printindo Utama terkait lamaran kerja yang diterima, yang kemudian komunikasi dilanjutkan melalui aplikasi Whatsapp.
- f. Mengajukan KM-01 melalui *Google Form* yang sudah dikirim ke pihak prodi menggunakan *email* mahasiswa.
- g. Mendapatkan KM-02 yang merupakan Surat Pengantar Kerja Magang yang sudah disetujui dan ditandatangani oleh pihak prodi yang kemudian diserahkan ke pihak PT. Printindo Utama.
- h. Mengisi KM-03 dengan dilengkapi tanda tangan pembimbing lapangan.
- i. Melaksanakan kerja magang di PT. Printindo Utama sambil mengisi data-data yang diperlukan KM-04 dan KM-05 yang telah

disepakati oleh pihak perusahaan.

- j. Meminta penilaian setelah melakukan kerja magang dari pembimbing lapangan yang terdapat pada KM-06.
- k. Penyusunan laporan kerja magang dibimbing oleh dosen pembimbing magang, yang akan direalisasikan dalam KM-07.
- l. Mengajukan laporan kerja magang kepada dosen pembimbing magang untuk mendapatkan persetujuan yang dimana akan dipresentasikan pada sidang magang.



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA