



### **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:**

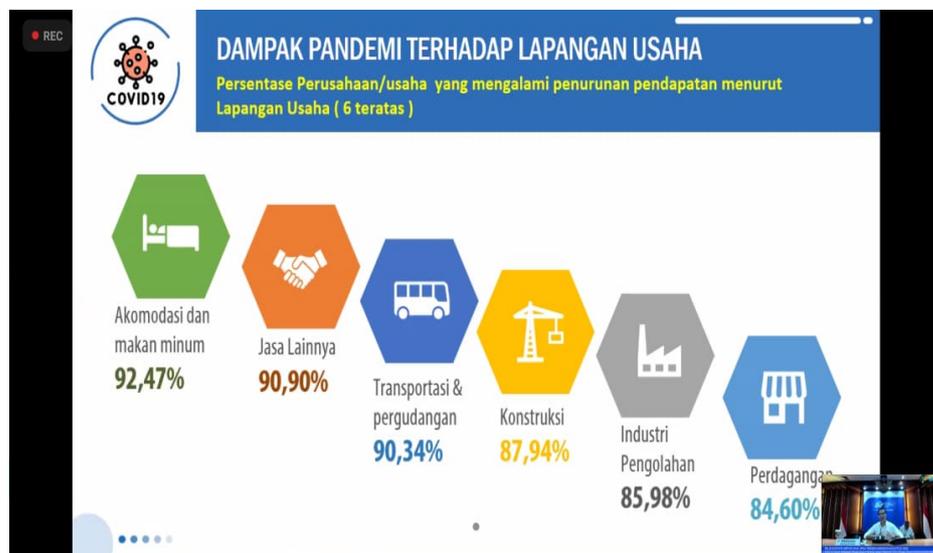
This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Saat ini Indonesia sedang dilanda krisis ekonomi yang disebabkan oleh adanya Pandemi COVID-19 saat ini. Efek yang ditimbulkan dari pandemi COVID-19 ini juga menekan hampir semua sektor usaha industri termasuk industri pada bidang Jasa, hal tersebut bisa terjadi dikarenakan pemerintah menerapkan kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar atau yang lebih dikenal dengan sebutan PSBB. Kebijakan tersebut dilaksanakan dengan melakukan pembatasan aktivitas sosial ekonomi yang ada di masyarakat seperti Pembatasan penggunaan transportasi umum, pembatasan bepergian ke pusat Perbelanjaan, Tempat wisata hingga tempat umum lainnya. Keadaan seperti ini memberikan dampak yang luas untuk kondisi sosial ekonomi, salah satunya penurunan pendapatan di beberapa sektor usaha (Timorria, 2020).

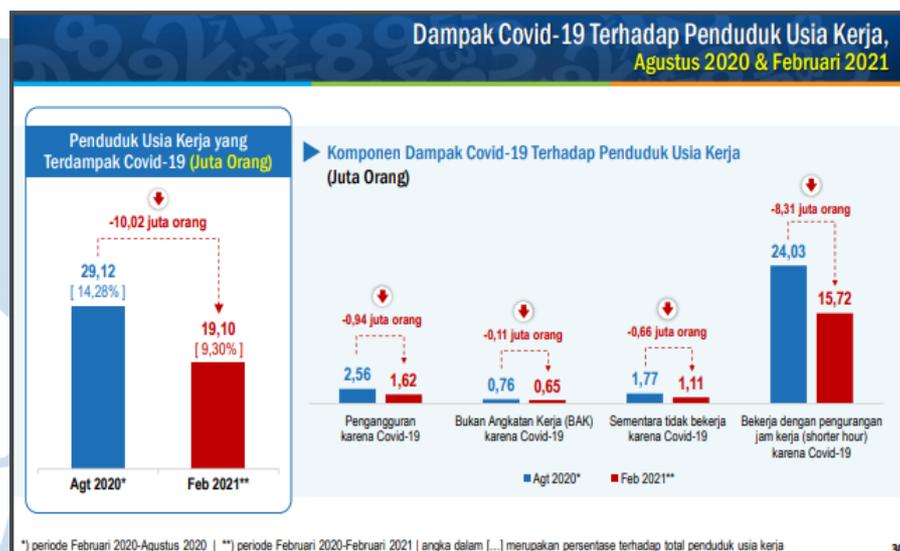


Gambar 1.1 Dampak Pandemi Terhadap Lapangan Usaha

Sumber: Bisnis.com, 2020

Berdasarkan Gambar 1.1, Dapat kita lihat bahwa Terdapat 6 sektor usaha teratas dengan persentase perusahaan yang mengalami penurunan pendapatan, mulai dari sektor Akomodasi dan Makanan Minum yang turun hingga 92,47%, Jasa Lainnya dengan angka penurunan 90,90%, Transportasi & Pergudangan sebesar 90,34%, Konstruksi dengan 87,94%, Industri Pengolahan dengan 85,98%, hingga sektor perdagangan yang turun sebesar 84,60% (Timorria, 2020).

Selain itu, banyak perusahaan yang mengalami kesulitan untuk mempertahankan bisnisnya di tengah pandemi COVID-19, banyak perusahaan yang sudah berterus terang mengatakan sulit untuk membayar gaji para karyawannya, dan para karyawan juga tidak bisa menuntut banyak kepada perusahaan dikarenakan memang kondisi ekonomi perusahaan yang terdampak dari efek Pandemi COVID-19 ini. Kemudian ada juga beberapa perusahaan yang sulit bertahan dan beberapa karyawan terpaksa harus dirumahkan (Timorria, 2020).



## Gambar 1.2 Dampak Covid-19 Terhadap Penduduk Usia Kerja

Periode Agustus 2020 & Februari 2021

Sumber: <https://www.bps.go.id/>, 2021

Dapat kita lihat pada gambar 1.2, bahwa ada sebesar 0,94 juta orang yang menjadi pengangguran dikarenakan Covid-19, selain itu ada sebesar 0,11 juta orang yang bukan angkatan kerja, kemudian ada sebesar 0,66 juta orang yang sementara tidak bekerja karena Covid-19, dan yang terakhir ada sebesar 8,31 juta orang yang bekerja dengan pengurangan jam kerja (Shorter Hour) (Kompasiana, 2020).

Salah satu cara bisnis untuk bertahan di tengah pandemi ini adalah dengan cara mengalihkan jenis bisnisnya dari yang sebelumnya offline menjadi online, langkah ini diambil oleh perusahaan dengan memikirkan kemudahan akses bagi konsumennya pada saat berbelanja, yaitu dengan menghadirkan *online shopping* (Kompasiana, 2020)

Dengan adanya pergantian bisnis para pelaku usaha dari *offline to online*, dapat kita lihat bahwa para pelaku usaha mau tidak mau harus beradaptasi dengan dunia digital, Perubahan strategi ini sejalan dengan adanya perkembangan penetrasi internet di Indonesia (Kompasiana, 2020).

## Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Capai 196,7 Juta

Jumlah Pengguna Internet Berdasarkan Provinsi

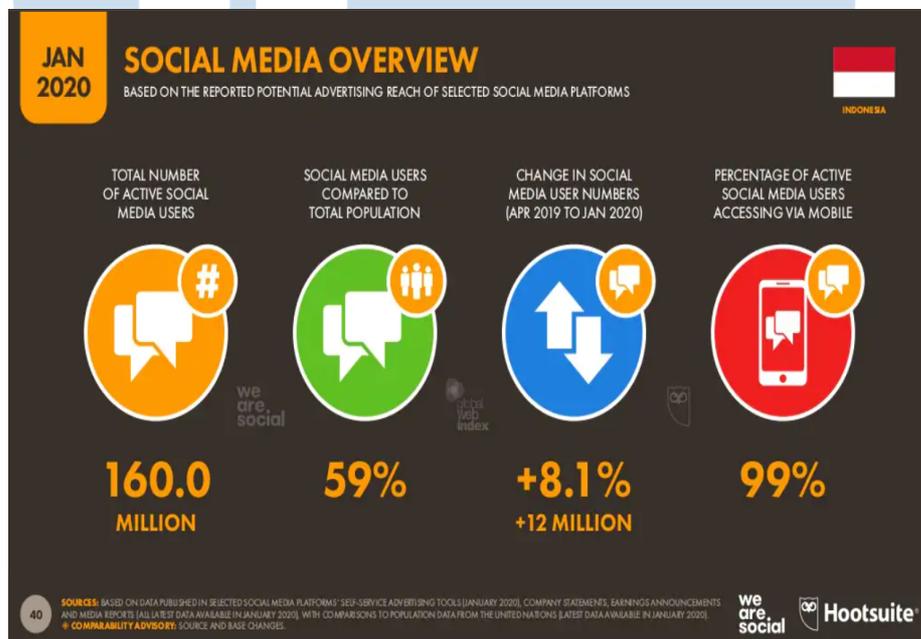
Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 9 November 2020



### Gambar 1.3 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia

Sumber: [Databoks.katadata.co.id](http://Databoks.katadata.co.id), 2020

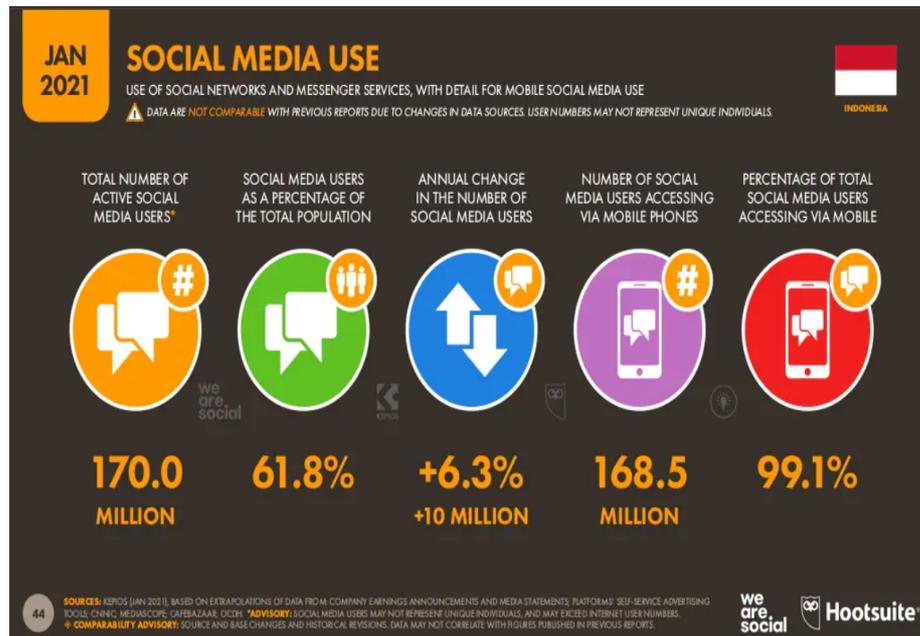
Berdasarkan data pada gambar 1.3, dapat kita lihat bahwa penggunaan internet di Indonesia mencapai angka 196,7 Juta pengguna aktif pada tahun 2020. Angka tersebut mengalami kenaikan sebesar 73,7% dibandingkan dengan tahun 2018 yang hanya sebesar 64.8%.



### Gambar 1. 4 Social Media Overview Januari 2020

Sumber: [datareportal.com](http://datareportal.com), 2020

Dapat kita lihat pada gambar 1.3, Berdasarkan Data diatas, terlihat bahwa Total Number of active social media user di Indonesia ada sebanyak 160.000.000 (seratus enam puluh juta) pengguna yang aktif menggunakan media sosial. Selain itu jika dibandingkan dengan total populasi di Indonesia itu, sekitar 59% dari total populasi di Indonesia menggunakan Sosial Media (Kemp, Digital 2020: Indonesia, 2020).



**Gambar 1.5 Social Media Use Januari 2021**

**Sumber: [datareportal.com](http://datareportal.com), 2021**

Dapat kita lihat pada gambar 1.4, bahwa Total Number of active social media di tahun 2021 ini terus bertumbuh hingga ke angka 170.000.000 (seratus tujuh puluh juta) pengguna yang aktif menggunakan media sosial. Kembali, jika dibandingkan dengan total populasi di Indonesia itu, sekitar 61.8% dari total populasi di Indonesia menggunakan Sosial Media. Sehingga dari data tersebut bisa kita lihat bahwa ada kenaikan sebesar 10.000.000 penduduk yang aktif menggunakan sosial media. (Kemp, Digital 2021: Indonesia, 2021)

Relix Studio adalah salah satu perusahaan yang mampu beradaptasi di tengah pandemi dan mengambil strategi untuk mengembangkan produknya dengan berfokus pada *Online Selling*.

Relix Studio merupakan salah satu *Brand Agency* yang telah beroperasi mulai dari sebelum masa pandemi COVID-19 ini, Relix Studio hadir dengan

berfokus pada basis *Online* dan promosi digital untuk membangun *Brand Awareness* dari para calon konsumennya tersebut.

Sebagai *Content Creator Intern*, saya harus dapat membangun komunikasi dengan calon konsumen dengan cara membuat konten-konten yang nantinya akan di bagikan melalui akun instagram resmi Relix Studio, saya harus memahami tren yang sedang terjadi di pasar *Online* ini, dikarenakan konten yang dibuat harus sesuai dengan target pasar yang ingin disasar oleh Relix Studio.

Oleh karena itu, saya sebagai *Content Creator Intern* berusaha memberikan kontribusi dan upaya yang bisa dilakukan untuk membangun *Brand Awareness* dari *brand* Relix Studio melalui konten yang saya buat dan dibagikan di *Media Social* Relix Studio. Atas dasar tersebut penulis ingin menggali, mencari informasi dan mengetahui tentang Pentingnya **“Pengaruh *Content Media Sosial Terhadap Tingkat Brand Awareness: Telaah pada Relix Studio*”**

## I.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

### I.2.1 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dari praktek kerja magang ini adalah untuk memenuhi penilaian mata kuliah *Internship*, dengan bobot 4 sks, sebagai salah satu syarat kelulusan (S1) dari Universitas Multimedia Nusantara. Mahasiswa diwajibkan untuk melakukan praktek kerja magang minimal 60 hari kerja, yang diharapkan dapat menjadi bekal mahasiswa saat memasuki lingkungan dunia kerja nyata. praktek kerja magang diharapkan dapat menjadi sarana saya dalam menerapkan dan mengimplementasikan teori-teori yang telah dipelajari ke

dalam dunia kerja. Saya juga berharap dapat berkontribusi dalam proses pelaksanaan kerja dari Relix Studio.

### **I.2.2 Tujuan Kerja Magang**

Tujuan dari pelaksanaan praktek kerja magang di Relix Studio adalah sebagai berikut:

- a. Mengimplementasikan teori dan ilmu yang telah dipelajari selama perkuliahan ke dunia kerja.
- b. Mendapatkan wawasan baru serta mengembangkan kemampuan yang ada dalam diri.
- c. Memahami proses kerja dari Relix Studio dan juga ikut berkontribusi dalam proses kerja tersebut.
- d. Mengetahui dan mempelajari cara kerja *Digital Agency* mulai dari proses pengerjaan sampai membuahkan hasil akhir.
- e. Memenuhi salah satu syarat kelulusan (S1) dari Universitas Multimedia Nusantara.

## **I.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

### **I.3.1 Waktu Kerja Magang**

praktek kerja magang dilaksanakan mulai dari 1 September 2021 dan akan berakhir pada tanggal 31 Desember 2021.

Berikut merupakan data pelaksanaan praktek kerja magang yang dilakukan oleh saya:

Nama Perusahaan : Relix Studio

Bidang Usaha : Digital Agency

Waktu Pelaksanaan : 1 September 2021 - 31 Desember 2021

Hari Kerja : Senin - Jumat

Waktu Kerja : 09.00 - 18.00 WIB

Posisi Magang : *Content Creator, social media Assistant*

Alamat : Ruko Crystal 8 no 55 Alam Sutura Pakualam, North Serpong, South Tangerang City, Banten 15325.

### I.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Ada prosedur yang telah dijalankan terlebih dahulu sebelum saya melaksanakan praktek kerja magang di Relix Studio. Prosedur tersebut terdiri dari 3 tahap, yaitu:

#### 1. Tahap Awal.

- Saya mencari lowongan kerja magang di bidang *Content Marketing*, dan *social media* melalui instagram, internet dan kenalan.
- Saya mendapatkan informasi dan rekomendasi dari kenalan untuk melakukan praktek kerja magang di Relix Studio.
- Saya mengisi formulir permohonan kerja magang (KM-01) dan ditandatangani oleh Ketua Program Studi Manajemen.

- Saya mengajukan transkrip nilai sementara ke Student Service untuk pembuatan surat pengantar kerja magang (KM-02).
- Saya mengajukan surat pengantar kerja magang (KM-02) ke Ibu Widya, dengan melampirkan formulir permohonan kerja magang (KM-01) dan transkrip nilai sementara.
- Saya melakukan interview dengan Ibu Alberta Vania Simon dan membawa surat pengantar kerja magang.
- Saya diterima menjadi karyawan magang di bagian *Content Creator* Relix Studio.

## 2. Tahap Pelaksanaan.

- Saya menyerahkan surat keterangan diterima magang kepada pihak Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara, dan mendapatkan dokumen KM-03 hingga KM-07.
- Saya memulai masa magang dari tanggal 1 September 2021.
- Saya mendapatkan penjelasan dan wajib menaati aturan perusahaan serta protokol kesehatan yang berlaku.
- Saya mengikuti orientasi seputar perusahaan dan dibimbing langsung oleh Ibu Alberta Vania Simon, selaku *Manager* di Relix Studio.
- Saya melakukan pengisian Kertas, yang berisi absensi harian dan keterangan pekerjaan yang dilakukan setiap minggunya.

- Saya melakukan bimbingan magang dari dosen pembimbing yang telah ditunjuk dan mendapatkan pembekalan mengenai proses penyusunan laporan magang.

### 3. Tahap Akhir.

- Saya menyusun laporan kerja magang sesuai dengan format yang ditentukan oleh Universitas Multimedia Nusantara.
- Pengumpulan dan pengesahan laporan kerja magang oleh dosen pembimbing, dan diketahui oleh Ketua Program Studi Manajemen.
- Saya menyerahkan laporan kerja magang kepada pembimbing lapangan dan direktur perusahaan, dan mendapatkan penilaian pelaksanaan kerja magang.
- Saya melakukan sidang kerja magang, sesuai waktu yang telah ditentukan

## I.4 Sistematika sayaan

Sistematika sayaan laporan kerja magang yang berjudul “**Pengaruh Content Media Sosial Terhadap Tingkat *Brand Awareness*: Telaah pada Relix Studio**” adalah sebagai berikut:

- **BAB I: Pendahuluan**

Pada bab ini, saya menjelaskan informasi mengenai latar belakang dari industri secara keseluruhan, pokok permasalahan yang akan diangkat, maksud dan tujuan kerja magang, waktu dan prosedur kerja magang, serta sistematika sayaan laporan kerja magang.

- **BAB II: Gambaran Umum Perusahaan**

Pada bab ini, saya menjelaskan informasi mengenai profil perusahaan secara umum, yaitu sejarah singkat, visi dan misi, serta struktur organisasi perusahaan. Bab ini juga berisikan landasan teori yang akan digunakan saya dalam proses penyusunan laporan kerja magang.

- **BAB III: Pelaksanaan Kerja Magang**

Pada bab ini, saya menjelaskan kedudukan dan posisi saya selama melakukan praktek kerja magang, koordinasi yang dilakukan, tugas-tugas yang dilakukan, uraian pelaksanaan praktek kerja magang, kendala yang ditemukan saya, serta solusi atas kendala yang ditemukan.

- **BAB IV: Kesimpulan dan Saran**

Pada bab ini, saya memberikan kesimpulan selama menjalani praktek kerja magang sesuai dengan pokok permasalahan yang diangkat. saya juga memberikan saran berdasarkan kendala yang ditemukan selama menjalani praktek kerja magang.

