



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

Menurut Nasrullah (2015), media sosial merupakan perangkat medium yang digunakan untuk kegiatan hubungan sosial maupun juga alat guna mengekspresikan diri bersama pengguna lainnya. Media sosial sekarang ini berdasarkan Cahyono (2016), adalah sebuah media online dimana setiap pengguna dapat berpartisipasi dengan mudah, saling berbagi, dan merancang isi blog, jejaring sosial, forum, wiki, dan dunia virtual lainnya. Siswanto (2013) dalam jurnalnya, ketika suatu pengguna telah menjadi user media sosial dan bergabung masuk dalam akun milik seseorang, secara otomatis dapat menjalin hubungan komunikasi secara terus menerus, sekaligus memperkenalkan atau menampilkan isi konten dengan menggunakan berbagai fitur yang disediakan (Setiadi, 2016, p. 4). Secara sederhana, pemanfaatan media sosial telah memasuki tahap dimana setiap pengguna dapat menyusun konten dengan pencarian data atau informasi basis jaringan dan disebarluaskan melalui aplikasi-aplikasi tertentu yang sudah tersedia.

Menambahkan penjelasan dari atas, peran media sosial dapat dijadikan sebagai sarana untuk konsumen dalam berbagi informasi berupa teks, gambar, audio, dan video antar satu pengguna dengan lainnya maupun perusahaan atau sebaliknya (Kotler, 2012). Salah satu jenis media sosial yang populer mendukung dalam mengunggah dan membagikan visual atau konten tertentu sekarang ini adalah Instagram. Dikutip dari kompas.com, Instagram telah mencapai 2 miliar pengguna aktif pada bulan Oktober 2021 tahun lalu. Lalu berdasarkan Hootsuite (2021), media sosial yang paling sering digunakan dengan tujuan persebaran konten adalah Whatsapp, diikuti dengan Instagram pada posisi ketiga, dan Facebook pada posisi ke empat. Hal tersebut memberikan peluang untuk setiap perusahaan yang ingin melakukan bisnis, dapat mengandalkan Instagram dengan

berbagai fiturnya guna menunjang kegiatan memperkenalkan produk.

PT Teknologi Aryaguna Sejahtera adalah salah satu perusahaan yang menggunakan Instagram (@aryaguna.id) dengan tujuan menjangkau calon pembaca untuk memperkenalkan barang dan jasa. Tidak hanya itu saja, perusahaan Aryaguna juga menggunakan berbagai macam media sosial utama seperti LinkedIn dan Facebook untuk menjangkau calon pelanggannya. LinkedIn digunakan untuk menjangkau calon bisnis yang ingin diajak untuk membangun koneksi antar sesama perusahaan, sedangkan Facebook dan Instagram digunakan untuk mengedukasi kepada pengguna aplikasi Instagram yang memiliki *interest* terhadap karya-karya perusahaan. Dari sekian cukup banyak media sosial PT Teknologi Aryaguna Sejahtera lebih fokus memanfaatkan media sosial untuk pemberian kesadaran dan edukasi berupa Informasi mengenai karya-karya perusahaan kepada pengguna media sosial adalah Instagram. Berdasarkan Jason Miles (2019) setiap pengguna yang telah mengakses Instagram dapat menciptakan akun bisnis profesional guna menjalankan proses kegiatan strategi komunikasi, promosi, maupun kegiatan pemasaran lainnya.

PT Teknologi Aryaguna Sejahtera adalah perusahaan pertama kali menghadirkan jasa teknologi medis berupa E3D (3D Imaging), VR (Virtual Reality), dan 3D Printing dengan tujuan menunjang fasilitas teknologi yang target sarannya perusahaan seperti Rumah Sakit dan Universitas dengan prodi kedokteran sekitar Indonesia (B2B) serta masyarakat Indonesia yang berkebutuhan menunjang kesehatannya (B2C). Berdasarkan dari artikel Tribunnews.com teknologi yang diciptakan perusahaan Aryaguna merupakan terobosan terbaru di bidang kesehatan dengan demikian yang memudahkan proses komunikasi antara praktisi medis dan pasien. Karya PT Teknologi Aryaguna memberikan kesadaran akan pentingnya mewujudkan rasa aman kepada pasien dalam menjalani prosedur perawatan kesehatannya. PT Teknologi Aryaguna Sejahtera dipercayakan dapat meningkatkan kualitas prosedur medis dan dapat membantu menciptakan sumber daya medis dalam berbagai skenario dengan resiko seminimal mungkin.

Tidak banyak yang mengetahui kehadiran perusahaan Aryaguna dikarenakan Aryaguna merupakan perusahaan yang berdiri pada awal tahun 2020. Perusahaan Teknologi Aryaguna masih sedikit yang mengetahui kontribusinya yaitu beberapa perusahaan yang menyatakan telah melakukan hubungan *partnership* bersama @aryaguna.id seperti @imeri_fkui, Rumah Sakit *Mandaya Group*, dan @prosehat. Informasi tersebut dinyatakan di dalam akun Instagram perusahaan Aryaguna @aryaguna.id. Sebagian besar isi konten Instagram @aryaguna.id dipenuhi mengenai fakta-fakta penting tentang barang dan jasa perusahaan bersama informasi mengenai pencapaian PT Teknologi Aryaguna.

Selama praktek magang berlangsung, penulis menyadari bahwa perusahaan Aryaguna mengandalkan media sosial Instagram untuk memperkenalkan produk calon pembaca dengan tujuan pemberian edukasi pentingnya karya perusahaan yang dapat mengubah teknologi medis di Indonesia menjadi lebih praktis dan efisien. Berdasarkan visi perusahaan, Aryaguna.id memiliki komitmen dalam mewujudkan tercapainya kesehatan masyarakat Indonesia tanpa ada kekhawatiran.

Hal tersebut menjadi alasan penulis tertarik menjalani praktik magang di divisi *Marketing Executive Intern* sebagai *Content Writer* dengan tujuan mengetahui kontribusi perusahaan, penyampaian informasi mengenai barang dan jasa melalui media sosial Instagram, dan mempelajari sekilas mengenai dunia medis.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan dalam melakukan praktik kerja magang yaitu:

1. Mendapatkan pemahaman mengenai aktivitas merancang konten media sosial yang dilakukan Perusahaan Teknologi Aryaguna Sejahtera.
2. Mendapatkan pengalaman secara nyata mengenai konsep ilmu komunikasi bidang social media content dalam mengomunikasikan Perusahaan Teknologi Aryaguna Sejahtera.
3. Menguasai kemampuan untuk berkoordinasi dengan tim (*soft skill*) serta merancang konten media sosial perusahaan (*hard skill*).

4. Membangun dan memperdalam hubungan jejaring sosial bersama tim dan supervisor.

1.3 Waktu Dan Prosedur Pelaksanaan Praktek Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Kegiatan magang diaktualisasi dalam kurun waktu kurang lebih tiga bulan kalender terhitung tanggal 9 Agustus 2020 sebagai Marketing Communication Intern di Perusahaan Teknologi Aryaguna Sejahtera. Hari kehadiran adalah Senin sampai Jumat dan dibagi menjadi dua, yaitu Work from Home (WFH) dan Work from Office (WFO). WFO dilakukan di kantor PT. Teknologi Aryaguna Sejahtera berlokasi di kota BSD, Tangerang, Ruko Vanya Park G7/1. WFH dilakukan selama empat hari dalam seminggu sedangkan WFO 1 hari setiap hari Rabu. Jam operasional kerja dimulai pukul 10.00-18.00 (7 jam kerja termasuk dengan 1 jam untuk Istirahat).

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Guna melaksanakan praktek kerja magang di PT. Teknologi Aryaguna Sejahtera, berikut prosedur dibawah ini yang harus dilewati selama magang :

1. Pada tanggal 17 Juli 2021 pekerja magang mengirimkan Resume dan Cover Letter ke CMO (Chief Marketing Officer) lewat LinkedIn.
2. Tanggal 19 Juli 2021 mendapatkan balasan dan memberikan keterangan perusahaan untuk melakukan wawancara. Keterangan tersebut berupa :
 - Wawancara dilakukan secara tatap muka, kantor berlokasi di komplek perumahan Vanya Park kota BSD.
 - Bekerja tatap muka di kantor seminggu sekali (setiap hari rabu) dari jam 10 pagi sampai pukul 6

sore, bersama 7 anggota karyawan di satu ruangan dengan menetapkan protokol kesehatan.

3. Memulai aktivitas magang pada tanggal 9 Agustus 2021 secara WFH.
4. Wajib masuk ke kantor setiap hari Rabu, dimulai pada tanggal 18 Agustus 2021.
5. Berdasarkan ketentuan syarat kelulusan dari UMN, praktik kerja magang wajib dilaksanakan selama 60 hari (hari libur tidak dihitung) kerja setelah KM-02 dikeluarkan oleh pihak Universitas.
6. Mengisi form KM magang setiap minggu, dengan persetujuan dari supervisor penulis.



BAB 2

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil Perusahaan

PT. Teknologi Aryaguna Sejahtera adalah perusahaan *startup* muda yang bergerak dalam menyediakan jasa teknologi medis dengan tujuan untuk memajukan fasilitas kesehatan di Indonesia. Perusahaan Aryaguna awalnya dihadirkan oleh *UMG IdeaLab* yang merupakan perusahaan pembangunan usaha yang membangun dan berinvestasi dalam *startup* berbasis teknologi tahap awal. Terdapat tiga karya perusahaan teknologi Aryaguna yakni *Virtual Reality*, *3D Imaging*, dan Cetakan 3D (*3D Printer*). *Virtual Reality* merupakan suatu teknologi yang mampu menciptakan dunia secara virtual dengan tujuan utamanya adalah untuk simulasi. Sebagian besar pengguna VR sebelumnya berfokus pada pengembangan dunia *gaming*, namun sekarang Aryaguna mengembangkan teknologi VR khusus untuk *medical training simulation* alias pelatihan medis secara simulasi. Menurut Aryaguna, dengan menggunakan VR *Training* mereka dapat membantu para *trainee* yang ingin atau telah bekerja di bawah naungan Rumah Sakit atau Universitas Kedokteran untuk mendapatkan pelatihan pengalaman prosedur operasi secara virtual.

Karya kedua perusahaan adalah *3D Imaging* yang merupakan suatu *software* yang dapat menghasilkan visual objek secara 3 dimensi yang dilampirkan melalui komputer. Kegunaan *3D Imaging* perusahaan Aryaguna adalah dapat memberikan visual yang jelas & detail yang sesuai dengan keadaan sesungguhnya, maka dari itu dapat memudahkan komunikasi antara praktisi medis bersama pasien. Lalu tidak sampai disitu saja, hasil visual 3D yang dilampirkan lewat komputer, perusahaan teknologi Aryaguna dapat mengubah visual 3 dimensi tersebut menjadi objek nyata melalui mesin cetakan 3D atau *3D Printing*. Hal tersebut memberikan efisiensi waktu bagi para dokter sebelum mengeksekusi