



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:

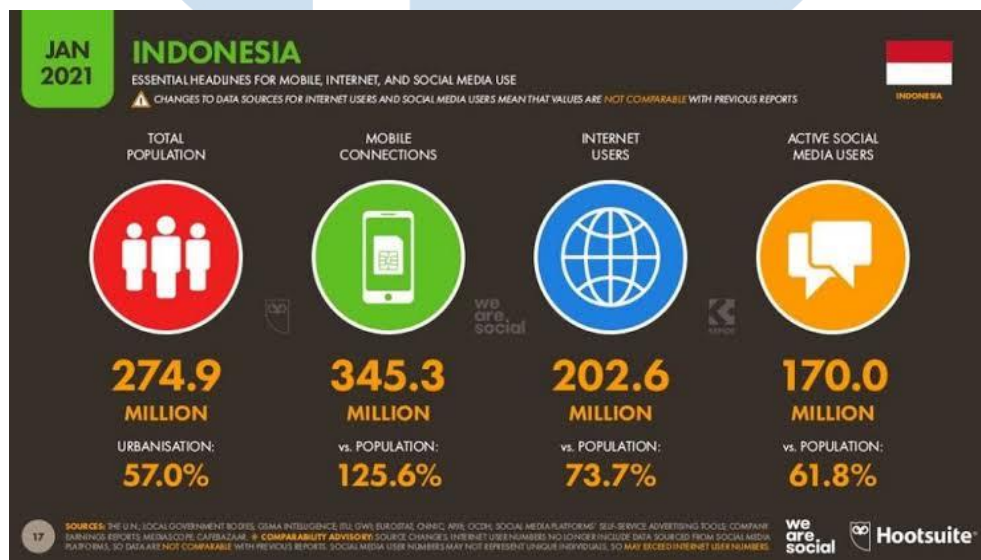
This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi membawa sebuah perubahan dalam masyarakat. Lahirnya media sosial menjadikan pola perilaku masyarakat mengalami pergeseran baik budaya, etika dan norma yang ada. Indonesia dengan jumlah penduduk yang besar dengan berbagai kultur suku, ras dan agama yang beraneka ragam memiliki banyak sekali potensi perubahan sosial. Dari berbagai kalangan dan usia hampir semua masyarakat Indonesia memiliki dan menggunakan media sosial sebagai salah satu sarana guna memperoleh dan menyampaikan informasi ke publik.



Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Social Media Di indonesia 2021

Sumber: Hootsuite (*We Are Social, 2021*)

Gambar 1.1 Pada tahun 2021, sambungan telepon seluler Indonesia mencapai 345,3 juta dari total penduduk 274,9 juta. Data di atas menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat Indonesia memiliki ponsel untuk mengakses internet dan media sosial. Survei tersebut juga menunjukkan bahwa 73,7 atau hingga

202,6 juta orang di total penduduk Indonesia sudah aktif menggunakan Internet. Hal ini bisa menjadi peluang bagi pelaku bisnis untuk menjangkau konsumen di era digital. Menurut laporan dari Hootsuite dan We Are Social, rata-rata pengguna internet seluler berusia 1.664 tahun, menikmati media sosial dan menikmati internet. Jumlahnya mencapai 170 juta. Rata-rata waktu yang dihabiskan untuk mengakses media sosial adalah 3 jam 14 menit per hari. Selain media sosial, masyarakat Indonesia mengakses internet untuk menonton TV dan streaming atau siaran selama 2 jam 50 menit. Pengguna internet di Indonesia sudah terbiasa mengakses internet karena mereka juga memiliki jenis perangkat lain yang juga digunakan "online", seperti PC, laptop (74,7%) dan tablet (18%), bukan hanya ponsel

Influencer disebut individu atau akun, individu atau grup yang memiliki banyak pengikut dan opini di media sosial seperti artis, selebriti, blogger dan YouTube, dan juga dapat memiliki pengaruh yang kuat pada pengikut dan pengikutnya. Dapat mencoba dan menggunakan produk di media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, Youtube, dll sehingga apa yang mereka sampaikan dapat menginspirasi dan memengaruhi pengikut. Sangat dihargai dan dipercaya. Pemasaran influencer juga merupakan cara yang efektif untuk meningkatkan kesadaran konsumen di media sosial. Ini karena kami secara rutin fokus pada media sosial yang digunakan konsumen, dan biasanya pada konten yang menarik.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dan tujuan penulis melakukan kerja magang di PT. Creatorz Media Network (Momsfluencer) adalah sebagai berikut :

1. menerapkan dan mengaplikasikan ilmu yang telah dipelajari penulis selama 7 semester dan mata kuliah marketing.
2. Memenuhi syarat kelulusan Strata-1 untuk jurusan Fakultas Bisnis Major Marketing Di Universitas Multimedia Nusantara.
3. Memberikan dampak positif kepada perusahaan pt. Creatorz media network (momsfluencer) supaya perusahaan dapat menjangkau lebih banyak mama muda

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Kerja Magang

Penulis melakukan program kerja Magang ini Sesuai dengan Ketentuan Dari Program Studi Fakultas Bisnis yaitu Dengan Minimum 60 hari Kerja.

Pelaksanaan Program Kerja Magang sebagai Berikut :

Nama Perusahaan : PT. Creatorz Media Network

Alamat : RUKO THE SPRINGS SPRU NO 62,

Jl. Gading Golf Boulevard, Cihuni, Kec. Pagedangan, Tangerang, Banten

Waktu Pelaksanaan :14 Juli 2021-14 October 2021

Waktu Operasional : Senin – Jumat

Posisi Magang : Marketing Internship, Sales & Marketing Division

1.3.2 Prosedur Kerja Magang

Prosedur kerja magang yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Penulis mengajukan Surat Lamaran Magang atau cv pada tanggal 6 juli 2021 Kepada PT. Creatorz Media Network (Momsfluencer)
2. Penulis Melakukan interview dengan Coo PT. Creatorz Media Network (Momsfluencer) pada tanggal 12 juli 2021
3. Penulis Mengajukan permohonan mengisi formulir pengajuan kerja magang Form KM-01 dan Form KM-02 sebagai surat pengantar kerja magang yang ditujukan kepada perusahaan.
4. Penulis mulai melakukan perkerjaan di PT. Creatorz Media Network (Momsfluencer) pada tanggal 14 Juli 2021
5. Penulis melakukan program magang
6. Penulis melakukan pengisian terhadap dokumen - dokumen administrasi program kerja magang
7. Penulis Menyusun Laporan Magang
8. Penulis Melakukan bimbingan magang dengan dosen yang sudah di tetapkan oleh Universitas MultiMedia Nusantara (UMN)

9. Penulis melaksanakan sidang kerja magang sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Strata-1 Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen peminatan Marketing di Universitas Multimedia Nusantara.

1.4. Sistematika Penulisan Laporan Magang

Sistematika penulisan laporan magang yang berjudul Pelaksanaan Endorsement Melalui Key Opinion Leader (KOL) PT Creatorz Media Network (Momsfluencer) sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini dikemukakan latar belakang masalah, Maksud dan tujuan kerja magang, waktu dan prosedur kerja magang serta sistematika penulisan laporan kerja magang.

BAB II: Gambaran Umum Perusahaan

Bab ini berisikan berisikan tentang pelaksanaan kerja magang yang berisikan sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi, juga landasan teori yang berhubungan dengan praktik kerja magang.

BAB III : Pelaksanaan Kerja Magang

Bab ini membahas tentang pelaksanaan kerja magang yang berisikan kedudukan dan koordinasi penulis dan struktur organisasi perusahaan, tugas-tugas yang dikerjakan penulis selama kerja magang, proses kerja magang, kendala selama pelaksanaan kerja magang, solusi atas kendala yang ditemukan.

BAB IV : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab Bagian terakhir ini membahas tentang kesimpulan antara hubungan antara teori yang didapatkan selama kegiatan perkuliahan dengan kenyataan dalam dunia kerja magang. Selain itu bab ini juga, akan memaparkan tentang saran untuk perusahaan maupun untuk praktek kerja magang selanjutnya.