



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

Kemajuan teknologi yang kian hari semakin pesat telah mendorong adanya perubahan dalam berbagai aspek, salah satunya adalah dalam bagaimana cara perusahaan atau *brand* melakukan kegiatan promosinya. Saat ini, sebagian besar perusahaan melakukan kegiatan promosinya melalui media baru atau yang sering disebut sebagai *new media*. Hal ini dikarenakan karakteristiknya yang saling terhubung, memiliki akses pada khalayak (baik sebagai pengirim maupun penerima pesan), interaktif, dan memiliki kegunaan yang beragam karena sifatnya yang terbuka dan ada di mana-mana (McQuail, 2010, p. 43).

Salah satu jenis *new media* yang paling sering digunakan dan sangat populer di kalangan masyarakat adalah media sosial. Menurut Kotler & Keller (2016, p. 642), media sosial adalah sarana untuk berbagi informasi dalam bentuk teks, gambar, audio dan video kepada orang lain. Sebagai *platform* yang berbasis digital, media sosial memungkinkan orang-orang untuk menjadi saling terhubung antar satu dengan yang lainnya tanpa harus memikirkan adanya batasan ruang dan waktu. Inilah yang membuat media sosial menjadi populer di kalangan masyarakat karena seperti yang diketahui, manusia memerlukan adanya koneksi dengan orang lain.

Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling digemari oleh masyarakat Indonesia. Survei yang dilakukan GWI (Global Web Index) pada triwulan ketiga 2020 menunjukkan bahwa Instagram menduduki posisi ketiga dalam kategori media sosial paling populer di Indonesia selama tahun 2020-2021. Popularitas tersebut menjadikan Instagram sebagai media yang tepat bagi perusahaan-perusahaan untuk mengkomunikasikan layanan yang dimiliki kepada para *stakeholder*-nya, salah satunya adalah melalui aktivitas *content marketing*.

Menurut Kotler, et al. (2017), *content marketing* merupakan kegiatan pemasaran yang dilakukan dengan membuat dan mendistribusikan konten yang relevan bagi pelanggan tetapi pada saat yang bersamaan juga sangat terkait dengan *brand* perusahaan. Secara garis besar, *content marketing* memiliki dua tujuan, yaitu untuk keperluan penjualan dan juga *branding*. *Branding* yang dimaksud berhubungan dengan peningkatan *brand awareness*, *brand association*, *brand loyalty*, dan *brand advocate* (Setiawan & Savitry, 2016, p. 66). Aktivitas *branding* sendiri tidak terlepas dari adanya komunikasi, karena dalam proses membentuk *brand* perusahaan diperlukan adanya komunikasi dari pihak perusahaan ke publik selaku *stakeholder*-nya.

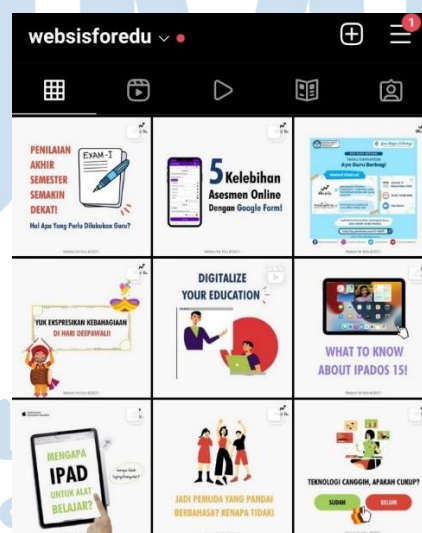
Sebagai seorang mahasiswa Ilmu Komunikasi, penguasaan akan praktik adalah sama pentingnya dengan penguasaan akan teori. Selama menjalani proses perkuliahan, mahasiswa Ilmu Komunikasi telah dibekali banyak sekali ilmu yang berkaitan dengan bidang komunikasi pemasaran. Aktivitas *content marketing* merupakan salah satu bentuk komunikasi pemasaran yang kerap dilakukan oleh banyak perusahaan saat ini. Selain karena kemudahannya, *content marketing* juga menjadi strategi pilihan saat ini karena keefektifannya dalam menarik perhatian audiens. Karena itu, kegiatan praktik magang dalam bidang tersebut dapat menjadi salah satu jalan bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi untuk mendalami serta mempraktikkan ilmu-ilmu yang telah didapat semasa kuliah, seperti ilmu dari mata kuliah *Media Planning, Art & Copywriting, Media Production & Channel Management, Digital Strategic Communication*, dan masih banyak lagi.

Salah satu perusahaan yang saat ini memanfaatkan *content marketing* dalam kegiatan pemasarannya adalah PT Websis Solusi Indonesia. PT Websis Solusi Indonesia adalah sebuah perusahaan *start-up* yang bergerak dalam bidang teknologi dan pendidikan. Berdiri sejak tahun 2015, PT Websis Solusi Indonesia memiliki misi untuk memajukan pendidikan di Indonesia dengan penggunaan teknologi yang berdampak dan memberikan inspirasi. Hal ini diwujudkan melalui salah satu layanan yang dimiliki yaitu Websis for Edu.

Websis for Edu adalah konsultan bidang teknologi dan pendidikan yang memberikan layanan berupa konsultasi, pelatihan, penyediaan perangkat teknologi, serta pembentukan sistem yang dapat membawa dampak positif bagi dunia pendidikan, pekerjaan, hingga lingkungan hidup. Sejak tahun 2015, Websis sudah berkolaborasi dengan lebih dari 100 sekolah seperti Sekolah YPI Al-Azhar, Sekolah Muhammadiyah, Sekolah Diponegoro, dan masih banyak sekolah lainnya yang tersebar di 17 kota. Selain itu, Websis for Edu juga sudah memberikan layanan konsultasi untuk lebih dari 17.000 guru-guru, dan juga memfasilitasi pendidikan berbasis teknologi bagi lebih dari 20.000 murid. Dari tahun 2015, Websis juga sudah menjalin kerja sama dengan perusahaan teknologi, perusahaan penerbit, dan perusahaan pengembangan *software*.

Websis for Edu memanfaatkan sejumlah *platform* media digital untuk mempromosikan layanan yang dimiliki, salah satunya adalah melalui akun Instagram @websisforedu yang telah aktif sejak tahun 2016. Melaluinya, Websis for Edu menerapkan *content marketing* dengan cara merilis konten-konten yang menarik dan informatif sebagai bagian dari kegiatan *branding* perusahaan serta untuk meningkatkan *awareness* publik akan produk atau layanan yang disediakan.

Gambar 1.1 Konten Instagram Websis for Edu



Sumber: Instagram @websisforedu (2021)

Websis for Edu merilis sebanyak 3-4 konten per minggu pada akun Instagram-nya. Konten yang dirilis cukup beragam, mulai dari konten hari peringatan, seri kelas yang disediakan, *update* teknologi, hingga konten *problem solving* yang berkaitan dengan kegiatan belajar mengajar di sekolah atau institusi pendidikan lainnya. Konten yang dibuat pun bersifat relevan dengan audiens yang secara khusus ingin disasar oleh Websis for Edu, yaitu para pemimpin sekolah, guru, murid, dan aktivis dunia pendidikan lainnya.

Aktivitas *content marketing* yang dilakukan oleh Websis for Edu secara konsisten telah membuahkan hasil yang baik dan hal ini dapat dilihat melalui perkembangan dari segi *followers*, *likes*, dan *engagement* Instagram @websisforedu yang terus meningkat setiap bulannya. Karena melihat hal tersebut, muncul ketertarikan dalam diri mahasiswa untuk melaksanakan praktik kerja magang di Websis for Edu yang merupakan salah satu layanan milik PT Websis Solusi Indonesia. Selain untuk memperoleh pengalaman kerja, mahasiswa juga dapat secara langsung menjalani proses produksi konten yang terjadi di sebuah perusahaan yang diharapkan dapat menjadi bekal saat memasuki dunia kerja di kemudian hari. Hal ini tentu sangat bermanfaat, melihat bahwa saat ini ada banyak perusahaan yang menerapkan *content marketing* dalam kegiatan promosinya. Mahasiswa juga berkesempatan untuk menerapkan serta mendalami ilmu-ilmu yang telah didapatkan selama menjalani proses perkuliahan, seperti *Media Planning, Art & Copywriting, Media Production & Channel Management*, dan *Digital Strategic Communication*.

Konten-konten Websis for Edu diproduksi oleh sebuah divisi yang dinamakan *Branding Management*. Divisi ini terdiri atas sejumlah anggota tim yang disebut sebagai "*Edu-Tech Content Developer*". Karena itu, laporan ini dibuat dengan tujuan untuk memaparkan aktivitas dan kegiatan yang dilakukan selama melakukan praktik kerja magang di PT Websis Solusi Indonesia sebagai seorang *Edu-Tech Content Developer*. Ada banyak hal yang telah didapatkan selama bekerja di PT Websis Solusi Indonesia, mulai dari cara melakukan riset, meneliti *target audience*, membuat *angle* konten, dan produksi hingga distribusi konten.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Adapun maksud dan tujuan dari pelaksanaan praktik kerja magang adalah:

1. Untuk menambah wawasan dan pengalaman mahasiswa serta mengetahui implementasi ilmu *marketing communications*, khususnya dalam bidang produksi konten di PT Websis Solusi Indonesia.
2. Untuk menerapkan ilmu dan *softskill* yang telah didapat selama menempuh proses perkuliahan dalam dunia kerja.
3. Untuk memahami situasi kerja dalam bidang produksi konten yang dapat menjadi bekal saat memasuki dunia kerja di kemudian hari.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang di PT Websis Solusi Indonesia berlangsung selama 4 bulan penuh, terhitung sejak tanggal 9 Agustus 2021 sampai dengan 9 Desember 2021. Pelaksanaan kerja magang dilakukan pada hari Senin – Jumat pukul 09:00 – 17:00 WIB. Adapun pelaksanaan kerja magang dilakukan dari rumah masing-masing *intern* karena adanya kebijakan *work from home* (WFH) akibat pandemi Covid-19.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur praktik kerja magang di PT Websis Solusi Indonesia adalah sebagai berikut:

1. Tahap pertama: melakukan persiapan lamaran kerja, seperti membuat *curriculum vitae* (CV) dan *cover letter* serta mengirimkannya kepada sejumlah perusahaan, salah satunya adalah PT Websis Solusi Indonesia

melalui perantara Kak Veronica Kidung Larasati selaku *Head of Edu-Tech Content Websis for Edu* pada tanggal 28 Juni 2021 via *e-mail*.

2. Tahap kedua: pada 28 Juni 2021, Kak Kidung memberikan respon balasan via *email*. Dalam *email* tersebut, dinyatakan bahwa akan diadakan panggilan wawancara dengan beliau selaku *Head of Edu-Tech Content* pada tanggal 30 Juni 2021 pukul 11:00 WIB via Zoom. Beliau juga meminta portofolio yang berkaitan dengan konten desain, tulisan/artikel, dan video yang pernah dikerjakan selama kuliah.
3. Tahap ketiga: pada 2 Agustus 2021 mendapat pesan via WhatsApp perihal penerimaan praktik kerja magang sebagai *Edu-Tech Content Developer* di PT Websis Solusi Indonesia. Kontrak kerja kemudian dikeluarkan oleh perusahaan pada tanggal 10 Agustus 2021 dan dalam kontrak tersebut dinyatakan bahwa pelaksanaan kerja magang akan berlangsung selama 4 bulan, terhitung sejak tanggal 9 Agustus 2021 sampai dengan 9 Desember 2021.
4. Tahap keempat: pada 10 Agustus 2021 pengajuan KM-01 melalui Google Forms kepada Universitas Multimedia Nusantara yang menyatakan bahwa praktik kerja magang dapat dilaksanakan di PT Websis Solusi Indonesia.
5. Tahap kelima: pada 13 Agustus 2021, pihak Universitas Multimedia Nusantara mengeluarkan surat izin kerja magang (KM-02) yang diberikan kepada PT Websis Solusi Indonesia.
6. Tahap keenam: pada 16 Agustus 2021 PT Websis Solusi Indonesia mengeluarkan surat penerimaan kerja magang dan pada tanggal 18 Agustus 2021 dilakukan pengisian form magang di MyUMN dengan menyertakan surat penerimaan kerja magang dari PT Websis Solusi Indonesia serta surat izin kerja magang dari UMN.