



### **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

Era digital saat ini, membuat semua hal yang dilakukan serba menggunakan gawai dan internet, sehingga memudahkan aktivitas masyarakat. Salah satu contoh yang paling berkaitan dengan kehidupan adalah dalam pemasaran produk. Hal tersebut dimudahkan karena adanya teknologi. Produk dapat dipromosikan di berbagai *platform online*, bisa dari media sosial seperti Instagram, YouTube, atau TikTok.

Di sisi lain, seperti yang kita ketahui pandemi COVID-19 memberikan dampak ke hampir semua aspek kehidupan dan membawa banyak perubahan bagi dunia dengan berbagai tantangan. Masalahnya bukan hanya berdampak pada kesehatan, tetapi juga berdampak pada pendidikan, kehidupan sosial, kondisi ekonomi, bahkan sampai ke cara komunikasi masyarakat yang semuanya serba menggunakan gawai dikarenakan peraturan pemerintah untuk *Work From Home*.

Kondisi ekonomi Indonesia selama COVID-19 membuat nilai tukar rupiah melemah 2,66 persen sepanjang tahun 2020 (Liputan 6, 2020). Bukan hanya itu, Menteri Ketenagakerjaan Indonesia yaitu Ida Fauziyah menyatakan bahwa sebanyak dua juta orang lebih menjadi pengangguran dan sekitar satu juta lebih orang dirumahkan atau tidak bekerja sementara.

Kondisi ekonomi juga memengaruhi faktor *Food & Beverage* di Indonesia. Mulai dari pembatasan aktivitas operasional, sampai masyarakat harus adaptasi dengan perubahan gaya hidup baru. Zaman dahulu, para pekerja mungkin tidak memakai masker, tetapi sekarang semua pekerja yang terlibat langsung wajib mematuhi protokol kesehatan. Dikutip dari [industri.kontan.co.id](http://industri.kontan.co.id), peralihan pemesanan *takeaway* naik sebesar tujuh persen di bulan Januari sampai Februari 2020. Hal tersebut membuktikan kalau industri *Food & Beverage* mau tidak mau harus beradaptasi atau akan terlempar dari persaingan bisnis.

Pemasaran dengan menggunakan media konvensional seperti, televisi, radio, majalah, atau surat kabar, semakin lama semakin ditinggalkan karena para pelaku industri salah satunya industri *Food & Beverage* lebih memilih untuk mengikuti perkembangan zaman sekarang yaitu dengan menggunakan sosial media sebagai saluran untuk memasarkan produknya. Media sosial yang sering dipakai yaitu YouTube, Instagram, Facebook, TikTok, Twitter, dan *Personal Website*.

Para produsen industri *Food & Beverage* harus lebih kreatif dalam menggerakkan bisnis, salah satunya dengan menggunakan teknologi digital agar dapat bertahan dan beradaptasi di kondisi pandemi COVID-19. Perubahan *marketing* yang dulunya masih konvensional berupa makan di tempat mungkin semakin beralih ke teknologi dimana menjual produknya secara daring, misalnya dengan memanfaatkan penjualan melalui *e-commerce* sekaligus mematuhi protokol kesehatan dari pemerintah dan melakukan transformasi digital yang berfokus pada *digital marketing*.

Menurut survei *cloud kitchen* dan *food service* yang dilaksanakan oleh Rakuten Insight di Indonesia, sekitar 63 persen responden menyatakan akan tetap memesan makanan secara online setelah pencabutan pembatasan COVID-19 karena nyaman. Sebagai perbandingan, sekitar 17 persen responden menyatakan akan terus memesan karena memiliki pengalaman yang baik dengan kualitas makanan.

Dengan data tersebut, sektor industri makanan dan minuman dinilai mempunyai potensi yang besar karena didukung oleh permintaan domestik yang cukup besar dan sumber daya alam, dimana salah satu perusahaannya adalah PT Sewu Segar Primatama dengan merek dagang Re.juve.

**Gambar 1.1 Industri *Food and Beverage***



(Sumber: Indonesia Development Forum, 2021)

Beradaptasi ke zaman serba digital menimbulkan pro dan kontra, butuh banyak penyesuaian hingga akhirnya Re.juve dapat diketahui oleh khalayak terkait dengan produk yang ditawarkan.

Perubahan signifikan dari zaman juga berdampak langsung pada industri *Food & Beverage* yang lebih mengandalkan peran teknologi dalam memasarkan produknya. Masa pandemi membuat orang - orang bekerja hanya dari rumah atau *Work From Home (WFH)*, alat elektronik seperti gawai menjadi sarana masyarakat untuk berinteraksi, salah satunya untuk berbelanja. Oleh karena itu, *marketing* harus menemukan cara baru agar produk tetap bisa dipasarkan dengan efektif kepada konsumen yang berada dirumah selama pandemi COVID-19.

Situasi ini yang membuat *content creator* adalah sebuah peran yang cukup penting untuk strategi *marketing*. *Content creator* memiliki peran mulai dari membuat konten yang bagus, menarik, dan memudahkan orang untuk tau produk dari perusahaan. Dengan strategi dan riset yang dilakukan terus menerus, pemasaran digital kemudian memberikan hasil yang baik kepada Re.juve.

Sebagai seorang *content creator* perlu memahami teknik komunikasi yang baik, memiliki *skill* bekerja sama dengan tim, mampu memberikan ide atau konsep yang menarik agar tujuan dari *digital marketing* dapat tercapai dengan maksimal. Dalam hal ini, penulis memiliki tugas sebagai *content creator* untuk membantu Re.juve menyusun strategi pemasaran, merancang *storyboard*, membuat *content planning*, dan konten yang menarik untuk masyarakat berupa konten TikTok, YouTube, dan Instagram Reels agar meningkatkan *awareness* sekaligus penjualan Re.juve.

## **1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang**

Maksud dan tujuan penulis melakukan praktik kerja magang sebagai berikut:

1. Untuk mendapatkan pengalaman dan mengasah skill di bidang *content creator* di Re.juve (PT Sewu Segar Primatama).
2. Untuk mengeksplorasi bagaimana dunia kerja di *Digital Marketing* khususnya di *Content Creator*.
3. Untuk mendapatkan koneksi baru di Re.juve (PT Sewu Segar Primatama).
4. Untuk memahami alur kerja profesional.
5. Memenuhi syarat kelulusan dari mata kuliah *Internship* di semester tujuh.

## **1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Waktu pelaksanaan kerja magang penulis dimulai dari tanggal 13 September 2021 sampai dengan 13 Desember 2021. Waktu masuk kantor disesuaikan dengan prosedur kantor yaitu mulai dari 08.30 WIB sampai dengan 17.30 WIB. Penulis mendapatkan jam kerja dari Senin hingga Jumat, libur pada hari Sabtu, Minggu, dan tanggal merah atau libur nasional. Praktik kerja di Re.juve (PT Sewu Segar Primatama) dilakukan selama 60 hari yang terhitung mulai dari dikeluarkannya surat pengantar dari kampus yang ditujukan kepada perusahaan (KM-02) pada tanggal 13 Desember 2021.

### 1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

- a) Mendaftarkan diri dengan cara mengisi google form yang telah disediakan oleh Re.juve (PT Sewu Segar Primatama).
- b) Mengirimkan portfolio kepada kepala divisi *Human Resource* Re.juve (PT Sewu Segar Primatama).
- c) Melakukan wawancara dengan kepala divisi *Human Resource* Re.juve (PT Sewu Segar Primatama).
- d) Melakukan wawancara dengan kepala divisi *Business Development* Re.juve (PT Sewu Segar Primatama).
- e) Mengajukan perizinan untuk tempat magang kepada kampus dengan mengisi Kartu Magang (KM-01) dengan mengisi Google Form yang terlampir di email student.
- f) Memberikan surat pengantar dari universitas kepada perusahaan (KM-02) pada tanggal 13 September 2021 dan mendapatkan surat penerimaan magang dari Re.juve (PT Sewu Segar Primatama), penulis juga memulai magang hari pertama sesuai dengan tanggal yang tertera di KM-02.
- g) Melaksanakan kerja magang selama 60 hari kerja sebagai *content creator* di divisi *Digital Marketing* Re.juve (PT Sewu Segar Primatama), terhitung dari tanggal 13 September 2021 sampai 13 Desember 2021.
- h) Membuat laporan pelaksanaan praktik kerja magang di Re.juve (PT Sewu Segar Primatama). Selama proses praktik kerja magang dan penulisan laporan, penulis dibimbing oleh Dosen Pembimbing Magang, Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun dan *supervisor*, Kak Faldy Efadua.