



### **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

Perkembangan teknologi yang kian pesat membuat seluruh aspek kehidupan berubah tidak terkecuali di dalam bisnis. Salah satu komponen penting dalam bisnis, yaitu pemasaran juga mengalami perubahan yang cukup signifikan. Apabila dulu kita sering melihat banyak perusahaan yang menggunakan teknik pemasaran konvensional seperti contohnya dalam beriklan di koran, majalah dan di platform cetak lainnya, namun sekarang perusahaan-perusahaan tersebut sudah mulai beralih dari pemasaran konvensional ke bentuk pemasaran digital. Kingsnorth (2016) menjelaskan bahwa *digital marketing* merupakan sesuatu yang tidak pernah berhenti berkembang. Proses *digital marketing* terus dijalani oleh berbagai macam organisasi dan perusahaan selama beberapa dekade. Hal ini terjadi karena digital marketing berjalan selaras dengan diamondarah perjalanan dunia modern. Diamond & Deiss (2019) juga menyatakan bahwa terhitung pada tahun 2018, terdapat 4,2 miliar pengguna internet aktif, dan di antaranya terdapat 3,4 miliar pengguna media sosial. Sehingga apapun bisnis yang sedang berjalan, cara menjangkau konsumen yang paling efektif adalah secara *online*.

*Digital marketing* juga membuat banyak perubahan terhadap perilaku konsumen (*behavioral*) terhadap cara pandang mereka terhadap *brand* dan juga caramereka memilih suatu *brand*. Ada 4 perilaku konsumen di era digital, antara lain konsumen lebih cenderung membandingkan kualitas produk dari *review* di internet, lalu konsumen juga lebih mengutamakan kemudahan pemesanan dan pembayaran, selanjutnya konsumen juga sekarang lebih cenderung menyukai personalisasi, dan juga tidak ingin ketinggalan terhadap suatu tren tertentu yang sedang *booming* (gobiz, 2019).

Belajar dari sana, penulis menyadari bahwa memiliki ketertarikan yang besar terhadap bisnis dan *digital marketing*. Maka untuk mempelajari tentang hal tersebut lebih lanjut, penulis memutuskan untuk melakukan proses kerja magang di sebuah perusahaan *startup* di bidang jual beli produk sehari-hari (buah, sayuran, kacang-kacangan, beras dan

kebutuhan harian lainnya) yaitu KisahTani, dengan posisi sebagai seorang *Intern Copywriter*. Penulis memilih untuk mengambil posisi sebagai *Intern Copywriter* karena rasa ingin tahu dan merasa tertantang untuk mendalami hal baru yang sebelumnya tidak pernah dirasakan oleh penulis. Penulis memilih KisahTani sebagai tempat berlangsungnya proses kerja magang karena penulis merasa KisahTani memiliki nilai perusahaan yang baik dimana Ia ingin membantu petani secara langsung di dalam penjualan produk-produk hasil pertaniannya, sehingga nantinya petani tersebut dapat lebih sejahtera.

Copy adalah suatu konten berupa kata-kata yang dibuat untuk tujuan pemasaran. Copy disini tidak berarti salinan tetapi tulisan atau teks untuk kegiatan pemasaran yang dapat ditemukan dalam halaman *web*, *sosial media*, *billboard*, dan lainnya (Projasaweb.com). Menurut Frank Jefkins pada buku yang ditulis oleh Widya Ariyadi (2020, p. 3) *Copywriting* adalah seni penulisan suatu pesan penjualan yang paling persuasif serta dilatarbelakangi *personal selling* yang kuat. Tulisan ini harus mampu menarik perhatian (*attention*), menimbulkan rasa ketertarikan (*interest*), lalu menciptakan suatu keyakinan (*conviction*), dan yang terakhir adalah mendorong orang untuk bertindak. Dengan adanya *copywriter* dalam divisi *digital marketing*, target market yang dicapai pun akan semakin luas.

Menurut Agustrijanto dalam buku *Copywriting; Seni Mengasah Kreativitas dan Memahami Bahasa Iklan* (2006:33), Ia mengutip pengertian *Copywriting* dari Frank Jefkins bahwa *Copywriting* adalah seni penulisan pesan penjualan yang paling persuasif dan kuat, yang dilatarbelakangi oleh kewiraniagaan melalui media cetak. Pengertian lain dalam buku Agustrijanto tersebut adalah bahwa *Copywriting* merupakan tulisan dengan ragam gaya dan pendekatan yang dihasilkan dengan cara kerja keras melalui perencanaan dan kerjasama dengan klien, staf legal, account executive, peneliti, dan juga direktur seni.

Di dalam perusahaan KisahTani sendiri, peran *copywriter* cukup penting dalam membuat konten harian yang menarik di sosial media Instagram. *Copywriter* bekerja sama dengan *graphic designer* di dalam pembuatan konten harian, dimana alurnya *copywriter* membuat rancangan *copy* konten Instagram yang kemudian akan dijadikan bentuk gambar (*picture*) oleh *graphic designer* yang nantinya akan diposting oleh *copywriter* di *feeds* Instagram KisahTani. Proses *copywriting* yang terjadi di KisahTani bertujuan untuk

menarik para audiens baru dan juga menjaga para audiens yang lama agar tetap setia dengan KisahTani. Proses *engagement* ini berlangsung setiap hari menggunakan media Instagram dengan mengupload konten baik itu konten *feeds* maupun *instagram story*.



Sumber: Instagram KisahTani, 2021

Gambar 1. 1 Pedoman Gizi Seimbang



kisahtani Selamat Pagi, #TemanTani ✨

Hari ini #MinTani ingin berbagi informasi terkait dengan kebutuhan pemenuhan nutrisi bagi tubuh dalam bentuk tumpeng gizi seimbang yang terdiri dari empat pilar yaitu makanan sehat, melakukan aktivitas fisik, perilaku hidup yang bersih, dan memantau berat badan secara teratur. Yuk simak postingan di atas untuk informasi lebih lanjut!

Untuk memenuhi kebutuhan gizi secara maksimal dengan buah dan sayur yang kualitasnya terjaga, silakan kunjungi Tokopedia #KisahTani👁️

Sumber: Instagram KisahTani, 2021

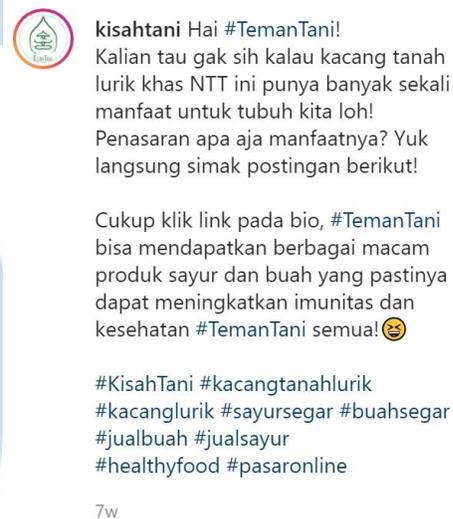
Gambar 1. 2 Caption Pedoman Gizi Seimbang

Gambar 1.1 dan 1.2 merupakan contoh hasil dari copywriting sebelum penulis masuk sebagai copywriter intern di KisahTani.



**Sumber: Instagram KisahTani, 2021**

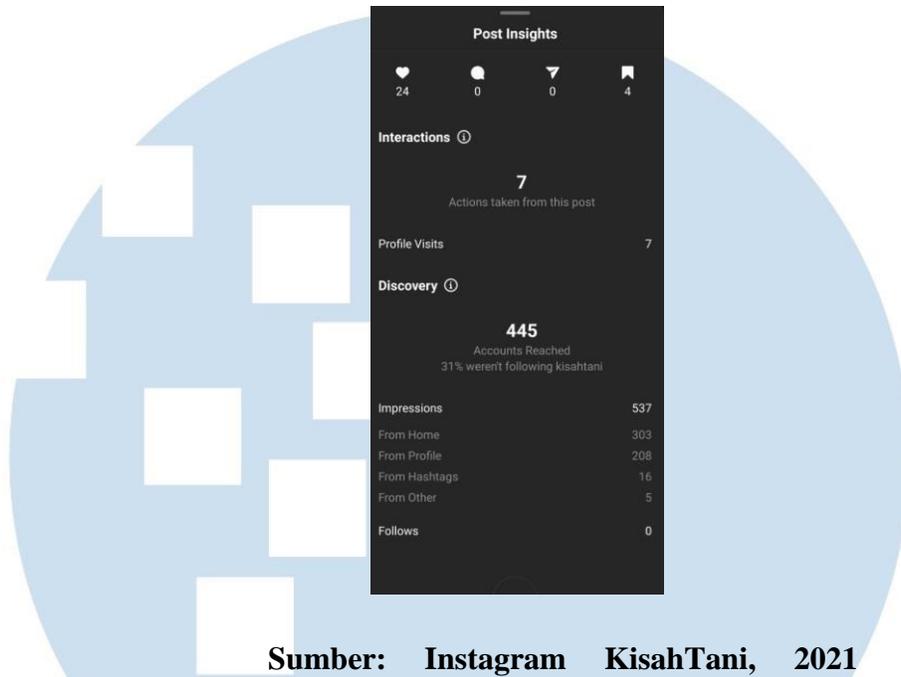
**Gambar 1. 3 Kacang Lurik**



**Sumber: Instagram KisahTani, 2021**

**Gambar 1. 4 Caption Kacang Lurik**

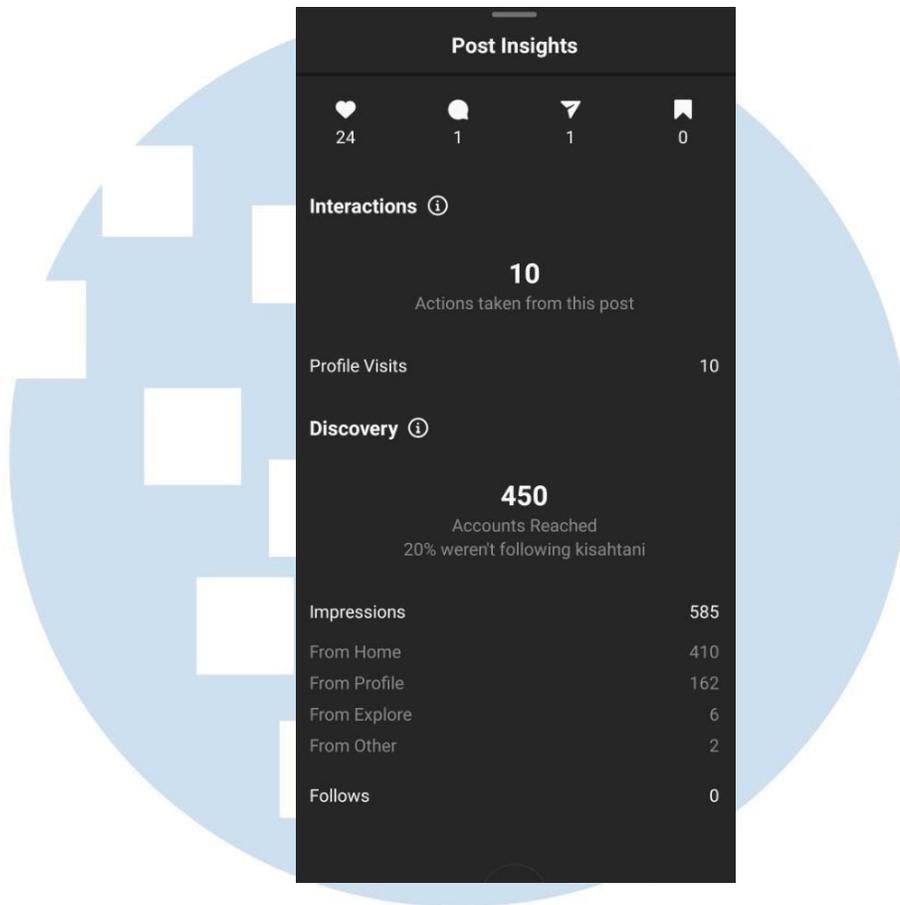
Gambar 1.3 dan 1.4 merupakan konten copywriting pertama penulis. Penulis ditugaskan untuk membuat konten mengenai manfaat dan kelebihan dari kacang lurik, serta memberikan caption yang menarik untuk diunggah di halaman instagram KisahTani pada 1 Agustus 2021.



Sumber: Instagram KisahTani, 2021

Gambar 1.5 *Post Insight* Pedoman Gizi Seimbang

Pada gambar 1.5 dijelaskan bahwa konten pedoman gizi seimbang terdapat 24 akun yang menyukai, tidak ada akun yang berkomentar, tidak ada akun yang menyebarkan konten tersebut, dan 4 akun menyimpan. Selain itu, terdapat 7 akun yang mengunjungi halaman instagram KisahTani, dan menjangkau hingga 445 akun dengan 583 *impressions*.



**Sumber: Instagram KisahTani, 2021**

**Gambar 1. 6 Post Insight Kacang Lurik**

Pada gambar 1.6 dijelaskan bahwa terdapat 24 akun yang menyukai postingan tersebut, dengan 1 akun yang berkomentar, 1 akun yang menyebarkan konten tersebut, dan 0 akun yang menyimpan. Selain itu, terdapat 10 akun yang mengunjungi halaman instagram KisahTani, dan menjangkau hingga 450 akun dengan 585 *impressions*.



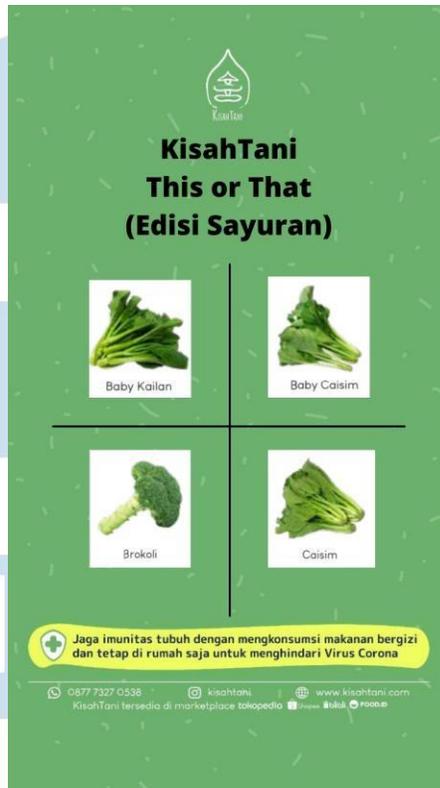
**Sumber: Dokumen Pribadi Penulis, 2021**

**Gambar 1. 7 Contoh Games Buah Apel**



**Sumber: Dokumen Pribadi Penulis, 2021**

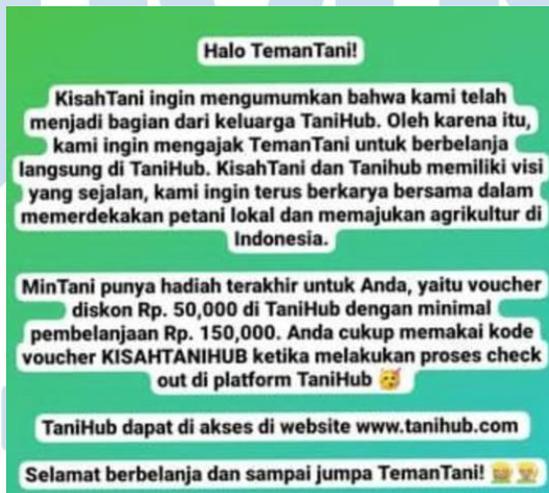
**Gambar 1. 8 Contoh Games Bunga Favorit**



Sumber: Dokumen Pribadi Penulis, 2021

Gambar 1.9 Contoh *Games Bunga Favorit*

Gambar 1.7, 1.8, dan 1.9 merupakan contoh konten Instagram *story* yang dibuat oleh penulis. Penulis ditugaskan untuk membuat *games simple* interaktif yang dapat dimainkan oleh para audiens KisahTani di Instagram setiap 2 hari sekali.



**Sumber: Instagram KisahTani, 2021**

**Gambar 1. 10 Unggahan KisahTani terkait dengan kerjasamanya dengan TaniHub**

Per tanggal 04 Oktober 2021, KisahTani memutuskan untuk tidak lagi melanjutkan bisnisnya secara *Business to Consumer (B2C)* dan fokus terhadap pengembangan bisnis secara *Business to Business (B2B)* dengan menjalin kerjasama dengan TaniHub. Seperti yang bisa dilihat pada gambar 1.10, KisahTani secara *official* mengumumkan bahwa telah menjalin kerjasama dengan perusahaan TaniHub karena memiliki visi yang sejalan. Informasi tersebut KisahTani berikan melalui unggahan Instagram *Story*.

Setelah penulis melaksanakan proses praktik kerja magang selama 49 hari di KisahTani, penulis menilai bahwa pekerjaan yang telah dilakukan dan dikerjakan oleh penulis masih harus ada pengembangan terkait dengan *copy* konten *marketing*, seperti contohnya pengefisiensian kata dan kalimat, menambahkan *added value* perusahaan, dan menekankan *call to action* sehingga para *audiens* bisa semakin tertarik untuk membeli produk perusahaan. Penulis juga merasa bahwa selama bekerja menjadi *copywriter intern* di KisahTani, peran konten *marketing* belum dimaksimalkan atau dioptimalkan oleh perusahaan. Hal ini bisa menjadi perhatian serius bagi perusahaan, karena untuk mendapat *engagement* yang lebih luas, peran konten *marketing* sangat dibutuhkan apalagi untuk era sosial media seperti sekarang ini.

## **1.2 Tujuan Kerja Magang**

Dalam pelaksanaan kerja magang ini, tujuan utama penulis adalah untuk memenuhi mata kuliah wajib yaitu program magang sebagai syarat kelulusan. Selain itu tujuan lainnya adalah:

1. Mendapatkan pengalaman kerja di dunia kerja profesional dan mempelajari banyak hal baru terkhusus dalam hal *copywriting*.
2. Mengasah ide dan kreativitas yang akan dituangkan ke dalam konten *copywriting*.

3. Mengimplementasikan apa yang telah dipelajari selama perkuliahan mengenai *copywriting* ke dalam dunia kerja.
4. Melatih diri untuk lebih disiplin, dan bertanggung jawab atas pekerjaan yang diberikan.

### 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

#### 1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Hari kerja: Senin - Jumat

Jam kerja: 9.00 - 17.00 WIB

Pelaksanaan kerja magang sudah terhitung dari tanggal 28 Agustus 2021 - 28 Oktober 2021 dan proses kerja magang berlangsung secara *online/work from home (WFH)*.

Namun pada perjalanannya, proses praktik kerja magang tidak berjalan sesuai rencana. Pada akhirnya penulis harus berhenti melaksanakan praktik kerja magang sebagai *copywriter intern* pada tanggal 4 Oktober 2021. Berikut penulis jabarkan kronologis terkait mengapa penulis tidak melanjutkan proses praktik kerja magang hingga selesai:

1. Mulai tanggal 25 September 2021 - 27 September 2021 tidak ada kabar dari Kak Hanum dan tidak ada konten harian yang diupload ke Instagram KisahTani.



Sumber: Instagram KisahTani, 2021

Gambar 1. 11 Konten 25 September 2021



Sumber: Instagram KisahTani, 2021

Gambar 1. 12 Konten 27 September 2021

2. Pada tanggal 28 September 2021 melaksanakan rapat terkait penentuan topik konten bulanan namun Kak Hanum berhalangan hadir karena ada rapat lainnya.
3. Tanggal 29 September merupakan konten harian terakhir yang diupload ke Instagram KisahTani.



Sumber: Instagram KisahTani, 2021

Gambar 1. 13 Konten 29 September 2021

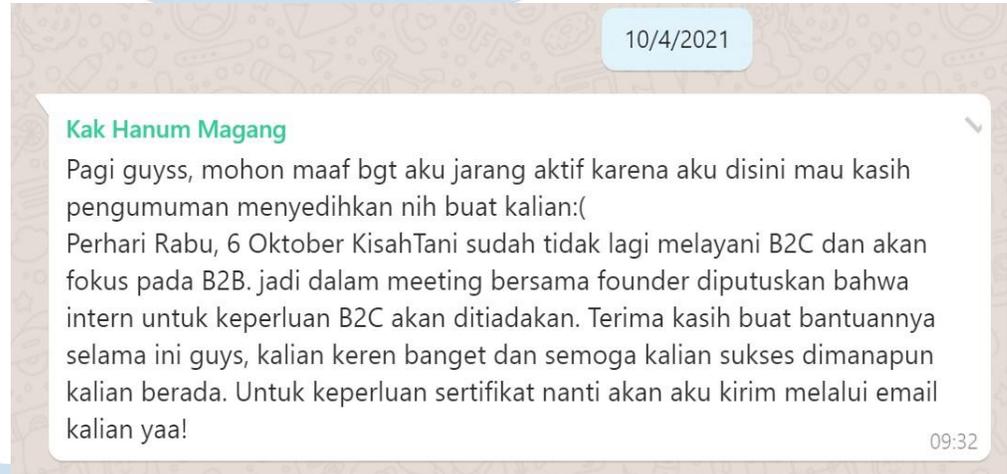
4. Pada tanggal 30 September 2021 - 03 Oktober 2021, tidak ada kabar dan kejelasan dari Kak Hanum selaku supervisor penulis.



**Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021**

**Gambar 1. 14 Tangkapan Layar Chat WhatsApp Penulis dengan Kak Hanum**

5. Tanggal 04 Oktober 2021 pada pukul 09:32, Kak Hanum memberikan informasi terkait kelanjutan praktik kerja magang di KisahTani.



**Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021**

**Gambar 1. 15 Tangkapan Layar WhatsApp Group Penulis**

Seperti informasi pada gambar 1.15, dimana pada tanggal 4 Oktober 2021, Kak Novida Hanum selaku supervisor penulis memberitahukan mengenai kabar KisahTani, dimana per hari Rabu, 6 Oktober 2021 KisahTani sudah tidak lagi melayani operasional *Business to Consumer* (B2C), dan fokus

pada operasional *Business to Business* (B2B), sehingga tidak lagi diperlukan anak magang untuk mengisi posisi pada perusahaan.

6. Penulis menanyakan kejelasan, dan mempertanyakan kesepakatan di proses wawancara bahwasannya penulis akan melaksanakan proses praktik kerja magang selama 3 bulan atau 60 hari kerja.
7. Penulis berkonsultasi dengan Bu Lira selaku dosen pembimbing penulis terkait dengan keputusan sepihak KisahTani.
8. Penulis akhirnya menerima keputusan sepihak KisahTani, dan meminta surat pernyataan sebagai bukti bahwa memang KisahTani sudah tidak melanjutkan operasional *Business to Consumer* (B2C), dan fokus pada operasional *Business to Business* (B2B).
9. Pada tanggal 12 Oktober 2021, penulis mendapatkan surat pernyataan bahwasannya penulis telah bekerja dengan baik sejak awal proses praktik kerja magang hingga selesai.



## PT. MATAHARI SARANA KREASI

APL TOWER CENTRAL PARK, 7<sup>th</sup> Floor, T:6  
Jl. Jendral S. Parman, Kav. 28, Jakarta Barat  
Phone : 021-29339580 , ext : 726  
website : [www.kisahtani.com](http://www.kisahtani.com)

### SURAT KETERANGAN MAGANG KERJA

NOMOR : 033/MSK.KT/HRD/SKM/X/2021

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ronald Radian R  
Jabatan : HR Manager  
Alamat : APL TOWER CENTRAL PARK, 7th Floor, T:6  
Jl. Jendral S. Parman, Kav. 28, Jakarta Barat

Dengan ini menyatakan bahwa:

Nama : Arie Prasetyo  
Universitas : Universitas Multimedia Nusantara  
Jurusan : Manajemen  
No. Mahasiswa : 00000031658  
Alamat : Jl. Scientia Boulevard, Gading, Kec. Serpong, Tangerang, Banten

Mahasiswa diatas telah melaksanakan magang kerja di PT. Matahari Sarana Kreasi (KisahTani) terhitung mulai dari tanggal 28 July 2021 hingga 04 Oktober 2021. Selama menjalankan kegiatan magang, yang bersangkutan telah belajar menempati posisi sebagai *Copywriter*.

Bersama dengan surat ini, dinyatakan bahwa mahasiswa tersebut diatas sudah menjalankan tugasnya dengan baik.

Demikian surat keterangan magang dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 12 Oktober 2021  
PT. MATAHARI SARANA KREASI

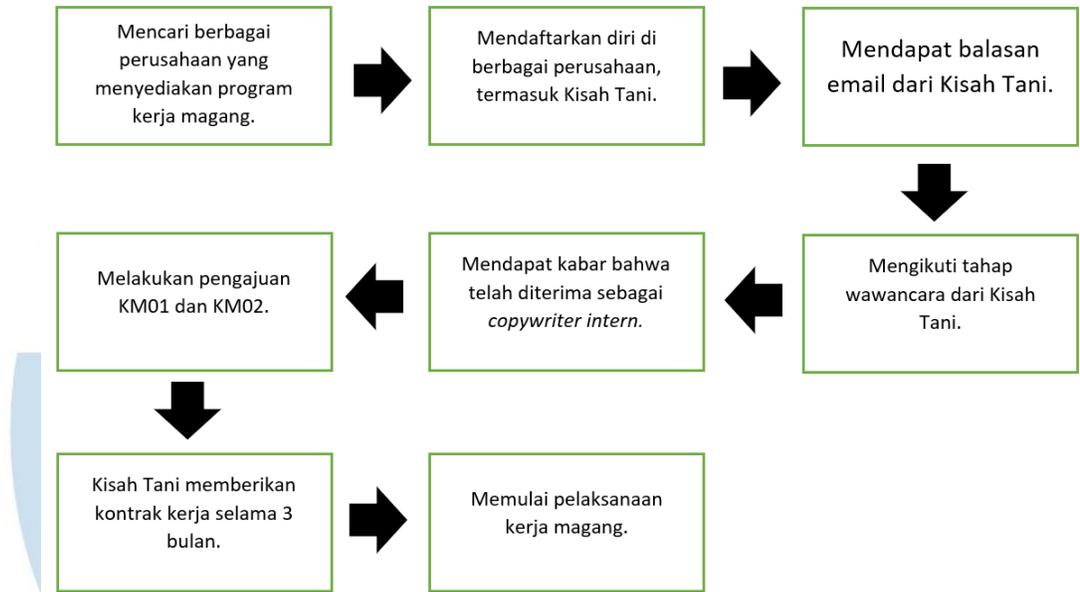
  
Ronald Radian R  
HR Manager

Sumber: Dokumentasi Pribadi Penulis, 2021

### Gambar 1. 16 Surat Keterangan Magang Kerja, Arie Prasetyo

Gambar 1.16 berisi tentang bukti surat keterangan magang kerja penulis yang telah menyelesaikan masa praktik kerja magang dengan baik sebagai *copywriter* pada periode 28 July 2021 hingga 04 Oktober 2021.

#### 1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang



(Sumber: Data Olahan Peneliti, 2021)

**Gambar 1. 17** Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Terdapat beberapa rangkaian prosedur pelaksanaan magang yang dilakukan untuk melaksanakan kegiatan magang di KisahTani, yaitu:

1. Mencari berbagai tempat magang di *platform online* yang membuka peluang kesempatan program magang sesuai kriteria kerja magang dari pihak Program Studi.
2. Mendaftarkan diri untuk program magang di berbagai tempat yang terhitung sejak bulan Juni 2021.
3. Mendapat balasan email dari KisahTani untuk wawancara perihal magang di posisi *copywriter internship* pada Bulan Juli 2021.
4. Mengadakan wawancara pada 26 Juli 2021.
5. Mendapat kabar bahwa telah diterima sebagai *Copywriter Intern* di KisahTani pada 27 Juli 2021 dan akan mulai kerja magang pada 28 Juli 2021.

6. Melakukan pengajuan KM-01 untuk menjalankan program magang di KisahTani dan mendapat KM-02 yang disetujui oleh Kepala Program Studi pada tanggal 25 Agustus 2021.
7. KisahTani memberikan kontrak kerja magang selama 3 bulan terhitung sejak 28 Juli 2021 hingga 28 Oktober 2021.
8. Memulai pelaksanaan kerja magang pada 28 Juli 2021.

#### **1.4 Sistematika Penulisan Laporan Magang**

Penulisan laporan kerja magang terdiri dari 4 bab dan sesuai dengan prosedur sistematika penulisan yang telah ditetapkan dalam buku panduan magang yang dikeluarkan oleh kampus, dimana antara satu bab dengan bab yang lainnya terdapat keterkaitan yang erat. Sistematika penulisan laporan praktik kerja magang adalah sebagai berikut:

##### **1. BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini, penulis membahas mengenai latar belakang dilakukannya kerja magang, maksud dan tujuan penulis melakukan praktik kerja magang, waktu pelaksanaan kerja magang, prosedur kerja magang, dan sistematika penulisan laporan kerja magang.

##### **2. BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Pada bab ini, penulis membahas tentang gambaran perusahaan mengenai sejarah singkat perusahaan, logo perusahaan, visi dan misi perusahaan, dan struktur organisasi yang terdapat pada perusahaan tempat praktik kerja magang. Di dalam bab ini juga akan terdapat teori – teori yang akan menjadi landasan pemikiran yang berkaitan dengan laporan magang yang ditulis.

##### **3. BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG**

Pada bab ini, penulis akan membahas mengenai posisi penulis dalam praktik kerja magang, menjelaskan pekerjaan yang dilakukan selama 90

hari dalam praktik kerja magang, kendala yang dialami penulis selama melakukan praktik kerja magang, dan memberikan solusi atas kendala yang didapatkan penulis selama melakukan praktik kerja magang.

#### 4. BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini, penulis membahas mengenai kesimpulan yang penulis dapatkan selama melaksanakan praktek kerja magang di KisahTani serta memberikan masukan berupa saran kepada perusahaan yang diharapkan bermanfaat untuk pengembangan perusahaan dimasa yang akan datang.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA