

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

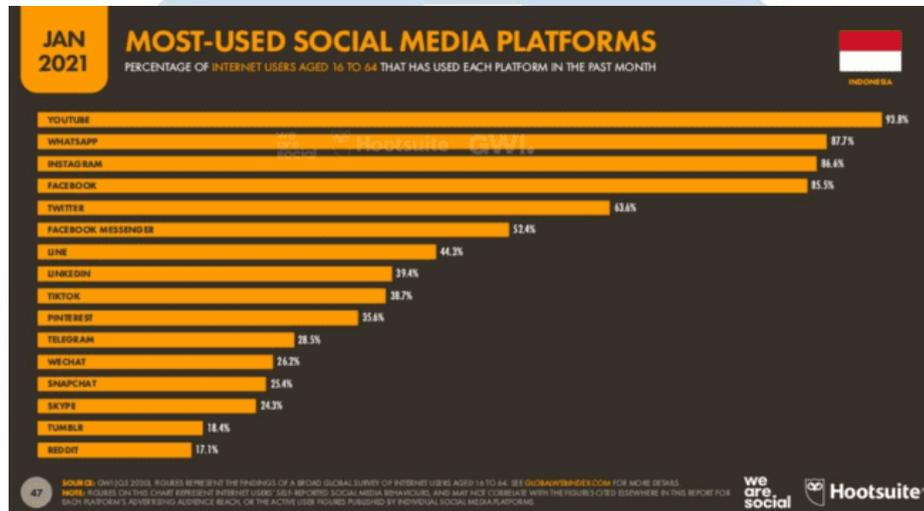
Di era digital, media sosial merupakan sarana yang paling banyak digunakan dalam segala aspek kehidupan manusia, mulai dari komunikasi, pendidikan, hingga pemasaran. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh *datareportal.com* menunjukkan bahwa adanya kenaikan pada pengguna aktif media sosial yaitu sekitar 61 persen dari total populasi di Indonesia (Kemp, 2021). Tingginya angka pengguna media sosial mengharuskan bisnis untuk mengadopsi penggunaan media sosial ke dalam strategi komunikasi pemasaran demi mempertahankan eksistensi dan keberlangsungan hidup bisnis. Adapun salah satu media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia adalah Instagram yang di mana menduduki peringkat ketiga (Kemp, 2021).



Sumber: (Kemp, 2021)

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Sumber: (Kemp, 2021)

Gambar 1.2 Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia

Salah satu perusahaan yang menggunakan media sosial Instagram dalam memasarkan produk dan jasa adalah PT. Sumber Inovasi Informatika (Agile Technica). Agile Technica merupakan konsultan teknologi informasi yang berspesialisasi di bidang sistem ERP (*Enterprise Resource Planning*), aplikasi berbasis *cloud*, dan integrasi *software*. Anindita (2021) menjelaskan ERP atau *Enterprise Resource Planning* adalah “seperangkat software yang berfungsi untuk mengelola dan mengintegrasikan berbagai aktivitas operasional dalam sebuah bisnis”. Jika dibandingkan dengan kompetitornya yang juga merupakan penyedia sistem ERP, yaitu Zahir, Hashmicro, dan Orlansoft, Agile Technica merupakan satu-satunya perusahaan yang melakukan kegiatan sponsorship guna mencapai tujuan pemasaran *business to business* (B2B). Salah satu kegiatan sponsorship yang dilakukan oleh Agile Technica adalah pada acara MIMBAR The Series 21 yang diselenggarakan oleh Trobos Livestock, di mana Agile Technica juga berkesempatan menjadi narasumber pada acara tersebut

Pada revolusi industri 4.0, berbagai konsultan teknologi informasi hadir untuk membantu pelaku usaha dalam menerapkan sistem yang terkomputerisasi dan

terotomatisasi untuk mempermudah pebisnis dalam mengelola seluruh manajemen bisnis mereka. Dengan banyaknya kompetitor yang perlu dihadapi oleh Agile Technica, maka perencanaan dan penyusunan konten media sosial di Instagram menjadi penting agar mampu menghasilkan konten yang berkualitas dan relevan bagi target sasaran. Sehingga pada akhirnya, konten media sosial Instagram mampu membantu meningkatkan kesadaran merek dan produk dari Agile Technica. Melihat pentingnya penyusunan konten media sosial di era digital, maka mahasiswa tertarik untuk melakukan praktik kerja magang di Agile Technica dengan harapan mahasiswa mampu memperoleh pengalaman dan meningkatkan kompetensi berkaitan dengan penyusunan konten media sosial.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Tujuan dari kerja magang di Agile Technica antara lain sebagai berikut:

- 1) Mengetahui pengelolaan *digital marketing* yang dijalankan oleh Agile Technica.
- 2) Mempelajari dan meningkatkan kompetensi penyusunan konten media sosial yang dijalankan oleh Agile Technica.
- 3) Mempelajari dan meningkatkan kompetensi *copywriting* dan *content writing* dalam penyusunan konten media sosial.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

- 1) Menjalankan kerja magang selama 64 hari kerja terhitung dari tanggal 10 Agustus 2021 sampai 30 November 2021.
- 2) Waktu kerja magang yang ditentukan oleh kantor adalah pukul 09.30 WIB hingga 17.30 WIB, dengan waktu-waktu lain jika dibutuhkan sesuai dengan kebutuhan perusahaan.
- 3) Bekerja selama 4 hari dalam seminggu (Selasa-Jumat).
- 4) Pelaksanaan kerja magang dilakukan secara *hybrid* (*Work From Office* dan *Work From Home*).

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

- 1) Menghadiri pembekalan magang regular Program Studi Strategic Communication yang diadakan pada hari Senin, 2 Agustus 2021 untuk mengetahui seluruh prosedur dan ketentuan kerja magang yang telah ditetapkan oleh program studi.
- 2) Melakukan pengisian KRS semester ganjil 2021/2022 terlebih dahulu dengan mengambil mata kuliah *internship* agar diperbolehkan untuk menjalankan kerja magang secara resmi oleh kampus.
- 3) Mengajukan permohonan magang regular dengan mengisi informasi seputar perusahaan dan posisi magang yang dilamar pada Form KM-01 setelah berhasil menambahkan mata kuliah *internship* pada masa KRS semester ganjil 2021/2022.
- 4) Mendapatkan surat pengantar kerja magang (Form KM-02) untuk diberikan kepada perusahaan tempat praktik kerja magang agar mampu mendapatkan surat keterangan diterima magang dari perusahaan.
- 5) Mengunggah surat keterangan magang di my.umn.ac.id pada lampiran Form KM 1 - Final Company dan dilengkapi dengan informasi yang dibutuhkan.
- 6) Mengerjakan form KM-03 hingga KM-07 selama praktik kerja magang berlangsung.
- 7) Menyusun laporan kerja magang dengan dibimbing oleh dosen pembimbing magang yaitu Inco Hary Perdana, selama menjalankan kerja magang.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A