

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi pada era sekarang sangat cepat. Perubahan kian menjadi dan kita semua tidak bisa terlepas dari aspek komunikasi. Media sosial adalah sebuah *platform* untuk berkomunikasi dan tanpa media sosial kita semua akan mengalami kesulitan berkomunikasi. Walaupun terbentang oleh jarak, namun semua bisa dekat dengan adanya kemudahan komunikasi.

Hampir semua penduduk Indonesia sudah menggunakan media sosial. Saat ini teknologi digital terus berkembang dari waktu ke waktu dengan seiring meningkatnya kebutuhan, dan permintaan pasar. Berbagai macam aplikasi dan digital multimedia digunakan dengan mengandalkan jaringan Internet. Media sosial menjadi teknologi berbasis Internet. Saat ini banyak *platform* tersedia dan setiap *platform* memiliki keunikannya masing-masing. *Platform* tersebut dapat menjadi wadah untuk membangun relasi antar individu, kelompok, tempat untuk melakukan aktivitas pemasaran, *online class* dan lain-lain.

Salah satu fungsi media sosial yang sering digunakan saat ini adalah untuk melakukan aktivitas pemasaran. Media sosial menjadi tempat yang tepat, karena *market*-nya sangat luas dan hampir semua orang menggunakan sosial media. Pasar yang luas mengharuskan mengelompokkan target yang *niche* supaya penyusunan strategi lebih terarah dan pesan pemasaran tersampaikan dengan baik. Menurut Wheeler (2018, hal. 9) pemasaran adalah cara untuk memasarkannya kepada khalayak melalui strategi yang digunakan.

Aktivitas pemasaran ini sudah banyak dilakukan dari berbagai kalangan. Pemasaran dibagi menjadi dua, yaitu pemasaran *digital* (*digital marketing*) dan pemasaran konvensional. Menurut Ryan (2014, hal. 4) perkembangan teknologi dan evolusi pemasaran saling berhubungan, pemasaran konvensional seperti media cetak, televisi, majalah, radio dan saat ini pemasaran sudah mengarah ke arah

digital. Pemasaran konvensional adalah aktivitas pemasaran yang dilakukan di media televisi, radio, koran, dan lain-lain. *Digital marketing* adalah strategi penting yang bisa menghubungkan bisnis dan merek melalui Internet. Keduanya memiliki persamaan, yaitu tetap melibatkan semua elemen pemasaran, strategi pemasaran, perencanaan produk dan jasa yang ingin dipasarkan demi memenuhi kebutuhan konsumen.

Perkembangan teknologi saat ini mempermudah untuk mendapatkan penghasilan melalui pemasaran yang dilakukan melalui *digital marketing*. Digital Marketing melakukan pemasaran produk atau jasa dengan menggunakan bantuan Internet, misalnya melalui *Instagram, LinkedIn, Website, Youtube, Facebook*, dan lain-lain. Dalam melakukan aktivitas pemasaran *digital* membutuhkan strategi *copywriting* supaya pesan di dalamnya bisa menarik audiens untuk membeli produknya. *Copywriting* merupakan kegiatan menulis kata-kata yang akan dilakukan dalam periklanan dan pemasaran, kegiatan ini bertujuan untuk membujuk audiens untuk melakukan tindakan.

Copywriting ini dilakukan oleh PT Accelist Lentera Indonesia dalam menunjang strategi pemasaran yang dilakukan secara *digital*. PT Accelist Lentera Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang IT dan memiliki tiga sub bisnis yaitu *technology, aviation* dan *digital marketing*. Khususnya di bidang *Digital Marketing* yang sangat membutuhkan peranan *copywriting* untuk memasarkan konten dan menawarkan jasa *managing social media*.

PT Accelist Lentera menjadi tempat untuk mengimplementasikan teori *copywriting* yang sudah dipelajari semasa kuliah. Perusahaan ini dipilih karena tepat untuk terus mengasah kemampuan pada bidang *copywriting* dan memberikan kontribusi yang nyata bagi perusahaan.

1.2 Tujuan

Bergabung dengan perusahaan Accelist pasti memiliki tujuan, baik untuk pribadi dan perusahaan. Kontribusi nyata yang diberikan selama tiga bulan kerja magang

diharapkan bisa memberikan dampak yang signifikan. Berikut ini adalah uraian tujuan dalam kerja magang:

- 1) Bisa beradaptasi di dunia kerja, mengembangkan potensi dan inovasi;
- 2) Mendapatkan pengalaman dan pengetahuan terkait aktivitas *copywriting* yang dilakukan oleh Accelist Digital Marketing. Dimulai dari proses pencarian ide konten, *brainstorming* dengan tim, pembuatan *content plan*, hingga membuat *caption* dari konten yang akan di-*post*;
- 3) Melatih kemampuan bekerja secara profesional sebagai *copywriter*.

1.3 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Praktik kerja magang ini dilakukan secara daring (*work from home*), karena situasi dan kondisi saat ini yang mengharuskan untuk tetap melakukan *social distancing*. Praktik magang dilaksanakan mulai hari Kamis, 9 September 2021 - hari Rabu, 15 Desember 2021. Aktivitas magang dilaksanakan selama 8 jam dalam satu hari, dimulai dari pukul 09.00 WIB - 17.00 WIB dengan sistem absen melalui aplikasi *Clockfy*.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Ada prosedur kampus yang harus dilakukan jika ingin melakukan kerja magang. Beberapa prosedur tersebut, yaitu:

1) Pembekalan magang

Pembekalan magang dilaksanakan lebih dari satu kali yang diselenggarakan oleh Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara. Salah satunya adalah yang dilakukan pada tanggal 2 Agustus 2021 secara daring. Dalam pembekalan tersebut memaparkan prosedur magang, peraturan yang harus diperhatikan dan ditaati. Selain itu diberikan kartu magang untuk para

mahasiswa/i *Strategic Communication*.

2) Pencarian dan Pemilihan Tempat Magang

Proses pencarian magang dilakukan selama kurang lebih 3 bulan dengan *job description* yang berhubungan dengan *Marketing Communication*. Kemudian mengirimkan *Curriculum Vitae (CV)* serta surat lamaran ke perusahaan yang ingin dijadikan tempat magang. Pada akhirnya PT Accelist Lentera Indonesia menjadi tempat pilihan yang dijadikan tempat magang.

3) Administrasi Kartu Magang

Mengisi KM 01 (Formulir Pengajuan Kerja Magang) atas nama PT Accelist Lentera Indonesia, memberikan bukti bahwa mengambil SKS magang di semester 7, memberikan transkrip nilai dengan total minimal 130 SKS dan *submit* ke *fikom.umn.ac.id*. Setelah itu mendapatkan KM-02, yaitu surat pengantar magang dari kampus untuk diberikan ke PT Accelist Lentera Indonesia. Pihak perusahaan kemudian memberikan surat penerimaan magang yang akan berikan dan mengimput ke *myumn.ac.id*. lalu *download* KM 03 - KM 07 dan menyelesaikan kerja magang sampai periode yang sudah ditentukan.

4) Proses Pengajuan

Membuat *Curriculum Vitae (CV)* dan surat magang yang ditujukan ke HR PT Accelist Lentera Indonesia.

5) Proses Wawancara

Pada tanggal 24 Agustus 2021 HR PT Accelist menghubungi melalui *email* meminta untuk melakukan *online test*. Pada hari Rabu tanggal 1 September 2021 diundang untuk melakukan wawancara dengan HR melalui *Google Meet* selama 30 menit. Pada tanggal 3 September 2021 diundang untuk melakukan wawancara bersama *user*.

6) Proses Penerimaan

Pada tanggal 8 September 2021 telah dinyatakan lulus dan diterima magang di PT Accelist Lentera Indonesia sebagai *copywriter*