

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi saat ini dimanfaatkan untuk mendorong berbagai aktivitas bisnis dan pasar sehingga terjadi perubahan yang substansial dalam industri. Salah satu perubahan yang terlihat adalah bagaimana munculnya istilah *Social Media Marketing*. Dengan adanya internet dan teknologi yang terus berkembang, Indonesia sendiri merupakan salah satu pengguna terbanyak media sosial. Berdasarkan data yang didapatkan oleh Hootsuite, Indonesia 73.7% populasinya atau sekitar 202.6 juta menggunakan internet dan sekitar 61.8% populasi atau sekitar 170 juta aktif menggunakan media sosial. Media sosial menurut Tjiptono (2016) adalah teknologi berbasis internet yang memfasilitasi percakapan. Dengan adanya media sosial individu atau sebuah bisnis dan organisasi dapat berinteraksi secara langsung, cepat, dan efisien dengan konsumen.

Dalam hal ini, Yummy Corp (PT Kuliner Digital Nusantara) juga melihat bahwa pentingnya keberadaan *social media specialist* yang bisa mengelola media sosial dengan baik untuk meningkatkan hubungan dengan konsumen dan menciptakan *awareness* serta meningkatkan *engagement*. PT Kuliner Digital Nusantara yang memiliki beberapa unit bisnis dan salah satunya adalah sarana dapur bersama Yummykitchen. Yummykitchen adalah mitra merek makanan untuk pengoperasian dapur atau yang sering dikenal sebagai *online cloud kitchen* yang sudah mengoperasikan lebih dari 40 merek yang telah memiliki puluhan *outlet* dan sudah memiliki banyak *outlet* di kota-kota besar yaitu Jakarta, Tangerang, Bekasi, Depok, Bandung, Medan, dan Surabaya. Yummykitchen juga menggunakan *social media marketing* sebagai salah satu strategi pemasaran dan sarana untuk bertukar pesan dengan konsumennya. Beberapa aktivitas *social media marketing* yang dijalankan oleh Yummykitchen adalah dengan menggunakan *platform* Instagram memberikan informasi seputar perusahaan, membuat konten yang menarik dan menghibur,

serta informatif. Selain itu, Yummykitchen juga melakukan *Influencer Marketing* yang termasuk dalam bagian *social media marketing*. Yummykitchen bekerja sama dengan *Influencer* untuk meningkatkan *awareness* maupun *engagement* terhadap Yummykitchen yang sesuai dengan target audience Yummykitchen untuk menaikkan penjualan secara langsung maupun tidak langsung.

## 1.2 Tujuan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang yang dilaksanakan merupakan syarat untuk pemenuhan mata kuliah *Internship* dan juga memiliki tujuan lain yaitu:

- 1) Mengetahui cara kerja dan peran *Social Media Specialist* di Yummy Corp
- 2) Untuk memahami perencanaan media sosial, implementasi, dan evaluasi sebagai rangkaian kerja *Social Media Specialist*.
- 3) Sebagai syarat kelulusan dari mata kuliah SC 767 – Internship
- 4) Mengimplementasikan ilmu yang didapat selama berkuliah dengan penjurusan *marketing communication*.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

### 1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Waktu Pelaksanaan praktik kerja magang dilakukan oleh sebagai *Social Media Specialist Intern* di Yummy Corp selama 60 hari kerja semenjak dikeluarkannya surat pengantar dari universitas yang ditujukan kepada perusahaan (KM-02) dengan jam kerja setiap Senin sampai Jumat pukul 09.00 – 18.00 WIB. Dalam pelaksanaannya juga terdapat beberapa hari Sabtu, Minggu, dan hari libur lainnya dikarenakan kebutuhan kerja dalam eksekusi kampanye dan aktivitas media sosial lainnya.

Mempertimbangkan situasi pandemi yang diakibatkan oleh Covid-19 yang menyebabkan dikeluarkan perintah pemberlakuan pembatasan kegiatan masyarakat (PPKM) di DKI Jakarta dan sekitar, maka pelaksanaan kerja magang dilakukan secara daring atau dari rumah. Tetapi saat dibutuhkan untuk melakukan *brainstorming* atau kerja dari kantor tetap bisa dilaksanakan sesuai dengan peraturan PPKM terbaru.

### 1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

1. Mengirimkan *Curriculum Vitae* (CV) disertai dengan portofolio kepada PT Kuliner Digital Nusantara melalui alamat e-mail personalia pada tanggal 16 Agustus 2021
2. Melakukan wawancara pertama dengan bagian *Human Resource* pada tanggal 26 Agustus 2021 dan dilanjutkan dengan pengumuman tahap wawancara *user interview*
3. Melakukan proses *User Interview* dengan Anggie Eka Putri sebagai *Social Media Specialist* Yummykitchen dan diberikan tugas membuat *campaign social media* Yummykitchen pada tanggal 27 Agustus 2021
4. Tahap Psikotest pada tanggal 30 Agustus 2021 dan juga pengumuman penerimaan magang

5. Mengajukan perizinan tempat magang dengan mengisi Kartu Magang (KM-01) melalui tautan *Google Form* yang telah disebar di surel mahasiswa dari Program Studi pada 30 Agustus 2021. Formulir daring ini akan menjadi informasi yang menghasilkan surat pengantar yang dikeluarkan oleh pihak universitas kepada perusahaan (KM-02).
6. Menandatangani kontrak magang pada tanggal 1 September 2021 dan memberikan surat pengantar yang dikeluarkan oleh pihak universitas kepada perusahaan
7. Memulai pelaksanaan kerja magang pada tanggal 2 September 2021 selama 60 hari kerja sebagai *Social Media Intern*
8. Membuat laporan pelaksanaan praktik kerja magang di Yummy Corp sebagai bentuk pertanggungjawaban terhadap universitas dan perusahaan. Selama pelaksanaan praktik kerja magang dan penulisan laporan, dibimbing oleh Dosen Pembimbing Magang, Ibu Cendera Rizki Anugerah Bangun.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA