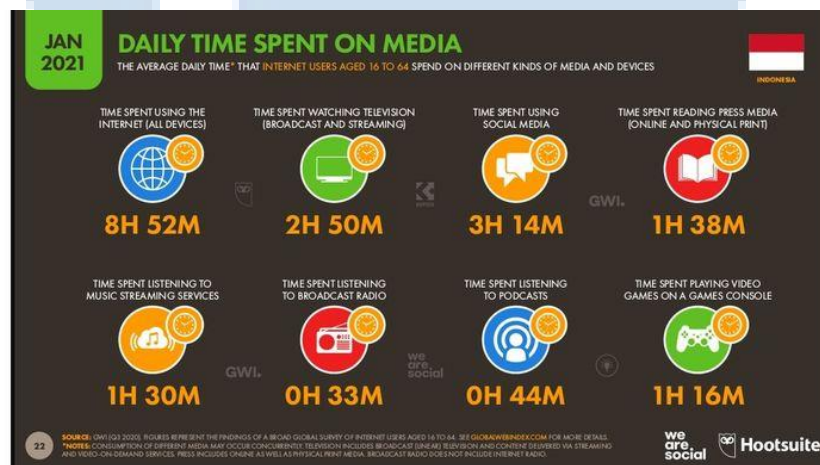


BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era digitalisasi sekarang perubahan terjadi sangatlah cepat, mulai dari kegiatan sehari – hari kita yang sudah berubah dengan seiring perkembangan zaman yang semakin mudah dengan perkembangan teknologi yang ada. Dengan perubahan itu semua sangat berpengaruh juga terhadap kebiasaan dan prespsi atau pola pikir orang zaman sekarang. Mulai dari orang yang sekarang lebih menyukai suatu hal yang praktis dan cepat, dengan dukungan teknologi sekarang bisa memenuhi itu semua.



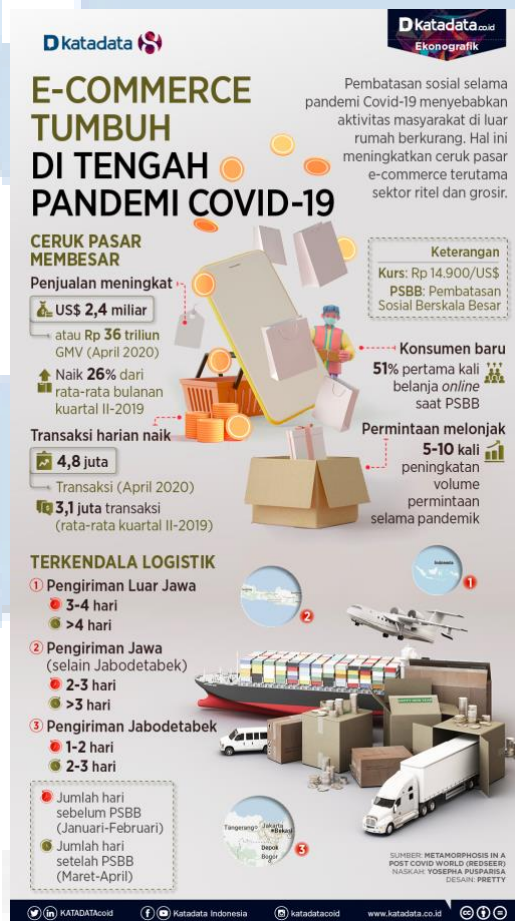
Sumber : Stephanie,2021

Gambar 1. 1 Penelitian Orang Menghabiskan Waktu di Media

Teknologi sangat membantu semua kegiatan manusia dari awal memulai harinya hingga manusia menutup harinya,tidak terlepas dengan penggunaan teknologi. Dengan ini manusia sangat mengandalkan teknologi dalam setiap aktivitasnya. Menurut penelitian yang dilakukan Hootsuite pada Januari 2021 yang dapat dilihat pada Gambar 1.1, masyarakat Indonesia rata-rata dapat menghabiskan waktunya selama 8 jam 52 menit per harinya untuk menghabiskan waktunya dalam mengakses internet, (Stephanie, 2021). Sungguh waktu yang cukup lama, dapat dikatan hampir

setengah harinya dihabiskan waktunya dalam mengakses internet. Sangat terbukti orang zaman sekarang sudah tidak dapat terlepas dari dengan penggunaan internet.

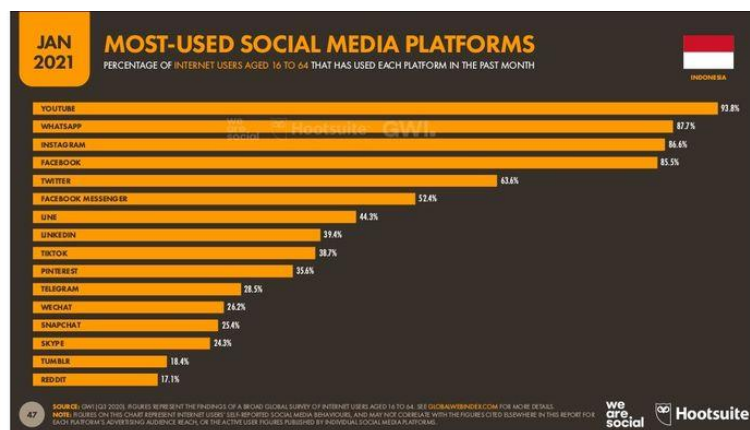
Perubahan tersebut mengharuskan para pengusaha yang dapat bertahan dengan menjual barang dan jasanya secara online. Dengan ini juga angka perkembangan belanja online yang terlihat dari Gambar 1.2 pertumbuhan *E-Commerce* yang menyatakan semakin tinggi dan bahkan ada 51% pertama kali belanja online saat pandemic ini ada di Indonesia. Para pengusaha di *e-commerce* mengalami peningkatan penjualan yang mencapai 36 Triliun., didukung juga pada transaksi hariannya juga naik (Pusparisa, 2020) .



Sumber : Pusparisa, 2020

Gambar 1. 2 Penelitian Pertumbuhan E-Commerce di Tengah Pandemic

Dengan kebutuhan masyarakat yang sudah beralih ke belanja online para UMKM juga melihat peluang tersebut dengan banyaknya permintaan produk atau jasa jika dilakukan secara online. Selaras dengan data yang ada oleh Kementerian Koperasi dan UKM mencatat, adanya jumlah UMKM yang sudah menggunakan teknologi digital sudah hingga 29 Juli 2021, mencapai 13,7 juta dari 64,2 juta UMKM yang ada, (Tanaya, 2021). Maka dengan ini bahwa membuktikan para pelaku ekonomi kecil sadar akan peluang dan perubahan yang dilakukan dengan memanfaatkan teknologi untuk memasarkan produk. Maka dengan peralihan ini UMKM sudah memulai memasarkan produknya secara online dengan media-media yang ada. Para pengusaha mulai dengan membangun *social media* usahanya untuk mendekatkan diri ke konsumen sesuai dengan sasarannya. Dengan begitu pula sangat memudahkan dalam pemasaran produk atau jasa yang ditawarkan untuk menjangkau target market dan audience yang disasar menjadi lebih terarah dan mudah.



Sumber : Kompas, 2021

Gambar 1. 3 Penelitian Tingkatan Pengguna Social Media Platform

Disamping hal tersebut bersosialisasi adalah kebutuhan utama manusia sebagai makhluk sosial. Sosialisasi merupakan kegiatan setiap individu menelaraskan diri di masyarakat, dengan mengenal dan penyesuaian dengan keadaan di tempatnya (Anwar, 2018). Dalam

prakteknya zaman sekarang orang lebih memilih dan lebih sering melakukan bersosialisasi secara online. Dapat terlihat dari Gambar 1.1, angka kedua tertinggi dari penelitian diatas adalah penggunaan *social media*. Setiap orang Indonesia dapat mengakses *social media* rata - rata penggunaannya 3 jam 14 menit per harinya, (Stephanie, 2021). Waktu yang cukup lama untuk orang dalam bersosialisasi secara online dengan berbagai *social media* yang ada. Dalam hal ini biasanya orang melihat kehidupan dan aktivitas orang lain dari pembagian cerita orang tersebut di *social media* nya. Dengan ini *social media* sebagai sarana kita sebagai tempat untuk membagikan foto, video, dan tulisan yang mau kita ceritakan khalayak umum untuk mengetahui kondisi kita dan sampai kegiatan kita, dan sebaliknya kita juga dapat melihat hal yang orang lain bagikan di *platform social media* tersebut. *Platform social media* sangatlah banyak saat ini, dari berbagai fungsi dan kegunaan ada mulai dari untuk obrolan hingga untuk hiburan juga tersedia. Dari data pada Gambar 1.3 dapat terlihat yang mendominasi penggunaannya adalah Youtube menduduki nomer satu. Dalam platform Youtube bersifat entertainment sekali karena sebuah *social media* yang berisikan video yang dapat menjadi penghiburan bagi penggunanya, terlebih bagi yang menonton dan maupun bagi yang membuat video atau yang biasanya disebut content creator juga dapat menjadi salah satu penghasilannya. Posisi kedua diduduki oleh *social media Whatsapp*, yang diperuntukan untuk berkomunikasi. Dalam platform ini sangat lebih bersifat pribadi untuk setiap orang menghubungi orang lain melalui chat dan telepon secara pribadi. Tetapi memang dalam Whatapp juga tersedia group untuk chat bersama teman terdekat atau orang-orang yang kamu ketahui, jadi tidak sembarang orang untuk masuk ke dalam group tersebut harus disetujui admin group tersebut. *Social media platform* selanjutnya yang menduduki posisi ketiga adalah Instagram. Instagram *social media* sebagai wadah penggunanya untuk berbagi foto dan video dengan teman dan khalayak umum. *Social media* ini sangat luas kegunaannya sekarang maka banyak menggunakan mulai dari akun pribadi dan sampai untuk

usaha. *Platform* ini memang sangat banyak digunakan karena dalam satu platform ada dapat mengakses banyak hal yang anda senangi hingga anda juga dapat membeli barang atau pun jasa yang anda butuhkan, maka dari ini *social media* termasuk tiga besar yang banyak digunakan.

Dengan membangun *social media* dan e-commerce untuk usaha memanggang tidaklah mudah dikarenakan dibutuhkan konten – konten yang bagus dan menjual di pasar, agar dengan konten tersebut dapat menarik konsumen untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan. Dimulai dari pengenalan produk yang di jual, *brand awareness*, dan sampai ke menjalin hubungan dengan konsumen dengan baik. Hal yang utama adalah *branding* untuk usahanya yang kuat seperti logo, selogan, hingga *packaging* yang menarik dan sesuai dengan jati diri atau citra brand yang mau dilihat oleh konsumen, hal tersebut harus menjadi satu kesatuan dan selaras. Setelah itu brand atau usaha harus memperhatikan konten - konten yang akan di keluarkan di *social media* maupun dalam pengiklanan, dengan ini konsumen dapat mengetahui suatu brand dan produk yang ditawarkan secara mendalam dan jelas, hingga sebagai titik akhir dapat menimbulkan konsumen pada pembelian.

Tidak mudah dan memerlukan waktu untuk membangun sebuah brand yang kuat banyak harus dilakukannya. Mulai dari profil perusahaan hingga pemasaran harus diperhatikan detail. Dengan masalah tersebut pelaku usaha membutuhkan bantuan untuk mengerjakan itu semua dengan secara profesional. Maka sangat diperlukan *creative agency* untuk membuat mulai dari *brand design*, yang meliputi logo, ilustrasi, *brand guideline*, *copywriting*, dan hingga *web design* perusahaan atau toko online. *Social media* usaha juga harus diperhatikan dalam *creative agency* juga ada yang menyediakan untuk mengurus *social media* perusahaan agar lebih termanagement dari segi *platform social media* yang cocok digunakan, *copywriting* dan membangun komunitas dalam *social media* tersebut, ini juga sebagai cara perusahaan atau brand lebih dekat dengan konsumen. Untuk mudah diterima konsumen pasti suatu brand atau perusahaan

membutuhkan konten yang di produksi untuk iklan maupun untuk *company profile*. Dengan pembuatan konten bersama *agency creative* jauh lebih mudah untuk memiliki ide yang baru dan luar biasa untuk konten dan pengerjaannya yang sudah ditangani. Dengan adanya *creative agency* juga memudahkan membuat segala ide yang sedang trend saat ini dan cocok dengan brand atau perusahaan.

Dengan permasalahan tersebut Bekantan Creative melihat peluang tersebut untuk membantu para pengusaha atau brand owner untuk megembangkan usahanya dengan perkembangan zaman melalui teknologi. Bekantan creative hadir menjadi solusi untuk mulai dari pembuatan logo, *brand guideline*, membangun *social media*, dan juga pembuatan iklan promosi untuk kliennya. Dengan pembagian kerja untuk 4 segmentasi pelayanan terdapat 3 team dalam Bekantan Creative, yaitu tim *design*, tim vidio, dan team *social media*.

Desain grafis mempekerjakan berbagai aktivitas atau suatu kegiatan melakukan perancangan atau mengatur hingga mengedit suatu tulisan, foto, garis, dan ilustrasi yang berasal dari pemikiran individu itu sendiri (Unkonow, 2019). Dalam team design mengerjakan pekerjaan dari pembuatan logo perusahaan, brand guideline, dan sampai pembuatan konten – konten untuk *social media* sampai untuk promosi iklan yang menarik yang sudah di rancang oleh tim *social media* berdasarkan riset dan kreativitas yang ada.

Sedangkan dalam pembuatan konten atau produksi juga dibutuhkan *videographer*. *Videographer* memiliki tugas dalam pengambilan konten yang berbentuk video maupun foto yang akan dijadikan konten seperti video *company profile*, podcast, iklan berbentuk video, mini series, dan masih banyak lagi. Tidak sampai disitu dalam setelah pengambilan video, tim *videographer* memiliki tugas mengedit file tersebut sampai menjadi konten yang diinginkan klien.

Dalam pengerjaannya kedua tim tersebut dibantu oleh social media untuk memikirkan ide – ide konten. Tim *Social Media Officer* (SMO)

penulis berada di dalam tim ini, berperan penting memulai riset, perencanaan konten, sampai publikasi konten tersebut. Mulai dari riset konten-konten atau topik apa yang sedang trend dan dapat digunakan perusahaan, dari hasil riset tersebut dapat dibuat ide – ide konten yang baru untuk klien maupun perusahaan. Setelah publikasi membuat rekap mingguan performa *social media* klien dan perusahaan untuk evaluasi.

Dalam pengerjaan tugas tersebut menggunakan strategi marketing secara teori, *google trend, creator studio, Microsoft, google* dan *facebook ads*. Maka dalam tugas dan tanggung jawab dalam bekerja harus dapat menggunakan alat tersebut untuk dapat mengerjakannya dan serta memiliki ide - ide creative untuk mewujudkan ide marketing dan branding yang menarik dan akurat dengan riset data yang dilakukan untuk setiap konten yang dibuat.

Pelaksanaan kerja magang di creative agency di Bekantan Creative sangatlah berkesan dalam setiap tugas – tugas yang diberikan. Penulis sangat belajar dalam dunia creative untuk pembangunan suatu brand untuk lebih dikenal orang banyak. Dalam pelaksanaan kerja magang tersebut penulis juga mengaplikasikan pembelajaran yang sudah dipelajari dalam perkuliahan terutama dalam ham bisnis dan marketing. Penulis mendapatkan pengalaman dan pengetahuan yang luas dari praktek kerja magang ini. Mempelajari detail pembuatan konten *social media* dari awal hingga akhir saat publikasi dan bahkan melihat performa *social media* dari konten konten yang sudah di buat. Penulis juga belajar mengenai penilaian terhadap competitor, menganalisa target audience dan buyer, dan masih banyak lagi dalam pembangunan strategi bisnis development. Penulis sangat merasa bermanfaat sekali ilmu yang sudah diberikan oleh Bekantan Creative selama kerja magang berlangsung, untuk terus dapat mengembangkan saat bekerja dalam memanfaatkan *social media* dan digital marketing.

1.2 Maksud dan Tujuan Magang

Berikut disampaikan perihal penjelasan mengenai maksud dan tujuan pelaksanaan praktik kerja magang yang dilakukan oleh penulis yaitu :

1.2.1 Maksud kerja Magang

Maksud dari pelaksanaan praktek kerja magang ini adalah memenuhi syarat dan kewajiban akademis yang harus dilakukan penulis dengan melaksanakan mata kuliah internship atau magang dengan memiliki bobot mata kuliah 4 satuan kredit semester. Dalam hal ini praktik kerja magang juga termasuk dalam salah satu persyaratan wajib untuk kelulusan mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara untuk mahasiswa strata satu pada tingkat akhir.

Disamping kewajiban itu pula penulis juga dapat belajar sebelum memasuki dunia kerja nantinya. Maka penulis ingin mendapatkan pengalaman dan pembelajaran yang sangat bermanfaat untuk kedepannya. Dari tugas dan kontribusi penulis untuk Bekantan Creative, dapat belajar hal baru dan mengasah kemampuan, serta mengaplikasikan pembelajaran selama perkuliahan kepada tugas yang diberikan Bekantan Creative. Pengalaman dari kerja magang akan sangat berguna untuk kedepannya dalam memiliki ilmu dasar dalam dunia kerja, pengalaman yang adanya saat magang, dan dapat menjadi bekal untuk dapat bersaing dalam mendapatkan pekerjaan dan memiliki kompetensi dalam bekerja kedepannya.

1.2.2 Tujuan kerja Magang

Tujuan dari pelaksanaan program kerja magang penulis di Bekantan Creative adalah sebagai berikut:

1. Menjadi syarat wajib untuk kelulusan penulis di Universitas Multimedia Nusantara dengan gelar strata satu atau sarjana.

2. Menerapkan ilmu – ilmu dan pengetahuan yang sudah dimiliki yang didapatkan pada masa perkuliahan dalam mengerjakan tugas dan tanggung jawab pekerjaan yang diberikan. Pada umumnya, ilmu yang digunakan pada kerja magang ini adalah ilmu marketing khususnya dalam riset pasar dan target audience yang ingin dicapai dengan menggunakan google trend, google dan facebook ads dalam pembuatan iklan dan riset data yang dilakukan agar tepat dengan keadaan dan tepat sasaran.
3. Menambah pengalaman dan pengetahuan mengenai proses pembuatan konten mulai dari riset data hingga hasil untuk branding usaha dan proses eksekusinya terutama pada *social media*. Dalam penggunaan *social media* dengan pembuatan konten dan pengorasiannya dengan menggunakan studio creator suatu hal yang belum pernah dipelajari.
4. Menyadari keselarasan dari pembelajaran perkuliahan dengan praktek kerja di lapangan. Banyak hal yang dapat disamakan ataupun berbeda dengan di pelajari. Penulis jadi lebih memahami situasi dan penyelesaian setiap masalah yang beraneka ragam bentuknya dan penangannya.
5. Melatih mental dalam dunia kerja untuk disiplin, team work, dan memiliki pengetahuan atau pandangan luas agar mudah untuk memahami situasi yang ada dalam bekerja dengan begitu dapat beradaptasi dalam bekerja dan memiliki kemampuan lebih untuk mengerjakan segala hal. Dengan begitu penulis memiliki modal untuk dunia kerja kedepannya dari segi keahlian dan mental yang kuat.

1.3 Waktu, Lokasi, dan Prosedur Kerja Magang

Berikut penjelasan mengenai waktu dan prosedur pelaksanaan praktik kerja magang yang dilakukan penulis di Bekantan Creative, yaitu :

1.3.1 Waktu dan Lokasi Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan Kerja magang yang dilakukan penulis dilakukan memenuhi persyaratan dari kampus terlebih lagi sesuai aturan yang berlaku pada program studi Manajemen di Universitas Multimedia Nusantara yaitu minimal 60 hari kerja atau 3 bulan, dalam praktek kerja magang penulis melaksanakan kerja magang di Bekantan creative selama 3 bulan lebih 3 minggu. Pelaksanaan kerja magang dilakukan dengan masa kontrak selama 3 bulan, periode magang dimulai pada tanggal 25 Mei 2021 sampai dengan tanggal 25 Agustus 2021, tapi berjalannya pelaksanaan penulis selesai masa kerja magang pada tanggal 31 Agustus 2021. Pada pelaksanaan masa kerja magang berlangsung 8 jam kerja setiap hari kerja, yaitu dari masuk kerja pukul 9:30 sampai pukul 17:30 dilakukan setiap hari senin hingga jumat, dan hari sabtu jika ada tambahan pekerjaan. Dalam praktek kerja magang berjalan dengan adanya pandemic covid-19 yang terus meningkat, maka juga dilaksanakan WFH (Work From Home) dilakukan dengan daring melalui G-Meet dan Whatsapp. Berikut pelaksanaan kerja magang penulis secara rinci dan detail saat pelaksanaannya :

Nama Perusahaan : Bekantan Creative Agency (PT. Bekantan Production House)

Alamat : Jl. DI. Panjaitan No.kav 5-7, RT.6/RW.11, Cipinang Cempedak, Jakarta Timur

Waktu Pelaksanaan : Pukul 09:30 - 17:30

Waktu Kerja : 25 Mei 2021 – 31 Agustus 2021

Posisi Magang : Social Media Officer Intern

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur pelaksanaan praktek kerja magang yang dilakukan sesuai dengan aturan dan pemaparan yang sudah dilaksanakan oleh fakultas bisnis program studi manajemen Universitas Multimedia Nusantara, yaitu sebagai berikut :

1. Tahapan pengajuan

Paada tahap pengajuan, merupakan prosedur dalam pengajuan kerja magang yang dilaksanakan adalah sebagai berikut :

- a. Penulis mencari lowongan kerja magang untuk mendapatkan tempat kerja magang dan posisi yang sesuai dengan bidang peminatan yang diambil. Dengan juga memperhatikan masa minimal yang dibuat perusahaan untuk kontrak kerja magang nya yaitu minimal 3 bulan kerja. Penulis mencari lowongan kerja mangan dari berbagai platform media penyedia kerja hingga *social media*, seperti LinkIn, Glints, dan Instagram. Di Instagram penulis dengan mengikuti akun – akun yang menyediakan informasi – informasi tentang lowongan kerja dan magang, yaitu seperti aku magang.id, magangupdate, dan anak magang.id, dari akun tersebut penulis mendapat informasi pembukaan lowongan kerja. Penulis sudah melakukan beberapa pengiriman CV (Curriculum Vitae) dan wawancara ke beberapa perusahaan. Dan pada akhirnya penulis mengirimkan CV ke Bekantan Creative dari info pembukaan lowongan kerja magang di Instagram. Setelah itu mendapat balasan untuk lolos tahap 1 untuk dilakukan wawancara pertama, serta diminta untuk pengisian test psikologi, mengirimkan portfolio, transkrip nilai perkuliahan, dan KTP. Setelah itu diumumkan bahwa

penulis lolos untuk ke tahap kedua yaitu wawancara tahap dua. Setelah itu baru dikabarkan bahwa penulis diterima sebagai *social media officer intern* di bekatan creative. Setelah itu penulis diminta untuk ke kantor untuk tandatangan kontrak kerja magang.

- b. Setelah itu penulis mengajukan permohonan ijin praktik kerja magang dengan mengisi formulir KM-01 yang sudah disediakan. Penulis langsung mengisi form tersebut dan langsung mengajukan kepada ketua prodi management untuk ditandatangani untuk dapat melanjutkan atau memperoleh formulir KM-02 yang di dapat di program studi, surat pengantar tersebut dianggap sah dan dapat digunakan jika dilegalisir oleh ketua program studi.
- c. Formulir KM-01 diberikan kepada perusahaan diperuntukan sebagai surat perizinan dari kampus, yang kemudian mendapatkan balasan dari perusahaan yang menjadikan formulir KM-02. urut
- d. Penulis melakukan kerja magang di Bekantan Creative setelah penerimaan kerja magang dan menandatangani kontrak. Dengan pengerjaan Praktek kerja magang yang dibimbing oleh pembimbing lapangan di tempat kerja magang.
- e. Setelah semua sudah dipenuhi atau dilakukan penulis, maka penulis mendapatkan dan dapat mengisi : Kartu kerja magang formulir kehadiran kerja magang, formulir realisasi kerja magang dan formulir laporan penilaian kerja magang.
- f. Dalam proses praktik magang dan penulisan laporan magang maka penulis akan mendapatkan dosen pembimbing. Program studi akan menunjuk dosen pembimbing untuk penulis, penulis mendapatkan dosen pembimbing Ir. Arief Iswariyadi, M.Sc., Ph.D

2. Tahap pelaksanaan

Pada tahap pelaksanaan, merupakan proses prosedur dalam pelaksanaan kerja magang yang dilaksanakan adalah sebagai berikut :

- a. Sebelum penulis melakukan praktek kerja magang sudah dapat dipastikan kelulusan sks penulis memenuhi syarat melakukan praktek kerja magang
- b. Setelah itu penulis menghadiri seminar sosialisasi praktek kerja magang yang dilaksanakan dari prodi manajemen dan bagian karir UMN untuk mengetahui mekanisme pelaksanaan kerja magang nanti sampai akhir.
- c. Penulis menghubungi Dosen Pembimbing untuk pertemuan bimbingan magang untuk pembekalan teknis di lapangan dan pelaksanaan kerja magang. Pembimbing juga membekali untuk proses penulisan laporan magang untuk penulis kerjakan setelah selesai pelaksanaan magang.
- d. Penulis wajib mengikuti semua persyaratan dan peraturan yang berlaku di perusahaan tempat pelaksanaan praktik kerja magang.
- e. Penulis juga harus bekerja pada bagian yang sesuai dengan bidang studinya di dalam perusahaan tersebut. Dalam praktik kerja magang penulis juga bertanggung jawab dalam penyelesaian segala tugas yang diberikan Pembimbing Lapangan di perusahaan. Dengan tugas yang dikerjakan penulis dapat dilakukan dari adaptasi teori dan konsep yang sudah dipelajari di perkuliahan, dengan menyeimbangkan pada trepan prakteknya di lapangan.

3. Tahap akhir

Paada tahap akhir ini, merupakan pengajuan kerja magang yang dilaksanakan adalah sebagai berikut :

- a. Setelah masa kerja magang di perusahaan selesai, penulis dapat melakukan penulisan mengenai temuan serta aktivitas dan pekerjaan harian yang dilakukan selama bekerja di perusahaan tersebut, dalam bentuk Laporan Kerja Magang dengan bimbingan dosen pembimbing penulis yaitu Bapak Arief dalam penyusunan pembuatan Laporan Kerja Magang.
- b. Melakukan pengerjaan Laporan Kerja Magang dengan penyusunan sesuai standar dan ketentuan format dan struktur laporan kerja magang Universitas Multimedia Nusantara.
- c. Penulis juga harus mengikuti proses bimbingan untuk pembuatan laporan kerja magang, yang harus dilaksanakan minimal 6 kali bimbingan. Dalam setiap melakukan bimbingan penulis harus mengisi form bimbingan magang yang nantinya harus ditandatangani dosen pembimbingnya. Pembimbing juga memantau penulis dalam pengerjaan laporan kerja magang hingga laporan final sebelum pengajuan ujian kerja magang. Laporan kerja magang harus mendapatkan pengesahan dari Dosen Pembimbing dan disertai diketahui oleh ketua program studi.
- d. Penulis menyerahkan laporan kerja magang kepada pembimbing lapangan dan juga untuk mengisi formulir penilaian pelaksanaan kerja magang penulis selama bekerja di perusahaan.
- e. Pembimbing lapangan juga diminta untuk mengisi formulir kehadiran kerja magang terkait kehadiran dan

pekerjaan yang sudah dilakukan penulis selama melakukan praktek kerja magang di perusahaan tersebut. Pembimbing lapangan di perusahaan juga memberikan surat keterangan perusahaan yang menjelaskan bahwa penulis sudah menyelesaikan tugasnya dan hasil penilaian kinerja penulis selama di perusahaan tersebut, dengan itu semua yang sudah terisi dan ditandatangani oleh Pembimbing Lapangan di perusahaan untuk dikirimkan secara langsung kepada koordinator magang atau dapat melalui penulis dalam bentuk amplop tertutup.

1.4 . Sistematika Penulisan

Laporan kerja magang ini terdiri dari 4 bab dan sesuai dengan prosedur sistematika penulisan yang ada dan telah ditetapkan. Laporan kerja magang bertujuan untuk memahami secara jelas materi yang disampaikan yaitu terdiri dari pendahuluan, gambaran umum perusahaan, pelaksanaan kerja magang, serta kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan satu sama lain, yaitu sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini diperuntukan sebagai pendahuluan dalam laporan kerja magang ini. Dalam bab ini membahas tentang latar belakang yang dilakukan dalam praktek kerja magang, juga berisikan maksud dan tujuan penulis, serta waktu pelaksanaan kerja magang, juga beserta prosedur dan sistematika penulisan laporan praktek kerja magang.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada bab ini berisi mengenai gambaran umum perusahaan yaitu Bekantan Creative sebagai perusahaan tempat pelaksanaan kerja magang penulis. Membahas mulai dari sejarah singkat perusahaan, visi dan misi, struktur organisasi dan unit bisnis yang

dimiliki. Setelah membahas mengenai perusahaan, disertai dengan landasan teori yang mendukung dan berkaitan dengan isi dan pembahasan dari laporan ini.

BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

Pada bab ini membahas dan menjelaskan mengenai proses selama pelaksanaan kerja magang yang dijalankan penulis di Bekantan Creative dalam posisi *Social Media Officer*. Pembahasan akan berisikan tentang posisi kedudukan dan koordinasi, tugas dan tanggung jawab yang dilakukan, detail uraian tugas yang dilakukan, kendala dan masalah yang dihadapi, serta penyelesaian masalah atau solusi yang dilakukan dalam pelaksanaan praktek kerja magang berjalan. Pembahasan dan pelaksanaan ini juga dapat menghasilkan suatu temuan untuk menyelesaikan masalah yang dialami atau ditemu yang terjadi dalam praktik kerja magang di perusahaan untuk menjadi solusi kedepannya.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini, berisikan kesimpulan dan saran berdasarkan kegiatan praktek kerja magang yang dialami penulis secara keseluruhan di dalam perusahaan yaitu Bekantan Creative. Dalam kesimpulan penulis dibuat dengan dasar pembahasan pelaksanaan dari awal hingga akhir pelaksanaan kerja magang. Sedangkan dalam penulisan saran yang diberikan penulis dapat diharapkan dapat membangun dan menjadi lebih baik bagi pihak perusahaan dan penulis maupun universitas untuk kedepannya.