

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan pesat yang dialami oleh pemasaran media sosial (*social media marketing*), dialami juga oleh teknologi informasi (IT), terutama di Indonesia. Dampak positif perkembangan teknologi informasi dan komunikasi diantaranya, pertama, mempermudah dan mempersingkat proses pertukaran informasi. Lalu kedua, meningkatkan efisiensi dan efektifitas pekerjaan. Lalu yang ketiga, mempermudah komunikasi, walaupun jarak jauh (Lathifah, 2022).

Pada era digital seperti sekarang ini, teknologi informasi yang mencakup perangkat keras dan perangkat lunak juga sangat membantu manusia dalam melakukan pekerjaan atau tugas-tugas mereka sehari-hari. Menurut Tata Sutabri (2014, p. 3) teknologi informasi merupakan sebuah teknologi yang digunakan untuk mengolah data, termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, memanipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas, yaitu informasi yang relevan, akurat, dan tepat waktu, yang digunakan untuk keperluan pribadi, bisnis, dan pemerintahan dan merupakan informasi yang strategis untuk pengambilan keputusan.

Dengan berkembangnya teknologi informasi, kegiatan pemasaran atau *marketing* juga ikut berkembang, saat ini kegiatan pemasaran banyak dilakukan melalui media sosial. Pemasaran melalui media sosial (*social media marketing*) adalah bentuk pemasaran digital yang menggunakan platform sosial dan situs web jaringan untuk mempromosikan produk atau layanan organisasi melalui cara berbayar dan tidak berbayar (Gie, 2020).

*Chief of Strategy Socialbakers* Moses Velasco secara khusus memberikan pandangannya tentang bagaimana tren media sosial untuk pemasaran yang ada saat ini. Melihat perkembangannya di Indonesia, Moses menuturkan bahwa adopsi yang sangat luas dari media sosial membuat konsumen beralih menjadi *mobile-centric consumer*. Sederhananya semua kini menjadi *consumable* di *platform mobile apps* (Eka, 2018).

Menurut Gunelius (Mileva & Dh, 2018) *social media marketing* adalah bentuk pemasaran langsung atau tidak langsung yang dipakai dalam membangun kesadaran, pengakuan, daya ingat, dan sikap terhadap merek, individu, atau entitas lain yang dilakukan melalui media jejaring sosial seperti bookmark sosial, *blogging*, *microblogging*, jejaring sosial, dan berbagi konten. Perkembangan media sosial bisa dibilang memiliki beberapa manfaat, yang membuat media sosial pemasaran banyak dilakukan. Manfaat dari melakukan pemasaran melalui media sosial adalah dapat meningkatkan *brand awareness* perusahaan, lalu dapat meningkatkan *user engagement*, lalu mampu mengetahui strategi kompetitor, dan dapat mengetahui respon pelanggan terhadap produk.

*Social Media Marketing* memiliki tujuan dalam penerapannya. Tujuannya adalah untuk meningkatkan penjualan, sebagai pelaku bisnis, tentunya tujuan dari berbagai kegiatan pemasaran yang dilakukan adalah untuk mendapatkan peningkatan penjualan, lalu untuk membangun minat masyarakat dan meningkatkan kesadaran merek, lalu memperoleh konsumen atau klien baru dan memperluas target pasar (Ginanisa, 2021).

Di era digital sekarang ini, memiliki media sosial adalah sebuah kewajiban atau kebutuhan, dan semua orang maupun organisasi pasti memilikinya. Begitu juga dengan perusahaan B2B, meski tidak diharuskan memiliki media sosial, banyak perusahaan B2B yang menggunakan media sosial sebagai strategi pemasarannya. Ada lima manfaat media sosial bagi perusahaan atau bisnis, yang pertama adalah dapat mempercepat komunikasi, media sosial mampu menghubungkan banyak orang maupun perusahaan secara sekaligus. Fungsi inilah yang mendatangkan manfaat yang baik bagi perusahaan terutama perusahaan B2B. Melalui media sosial, perusahaan dapat menjangkau lebih banyak calon klien dengan mudah. Lalu yang kedua adalah cocok untuk membuat konten, salah satu manfaat media sosial yang tentunya sudah diketahui adalah media sosial bisa digunakan untuk mengunggah kelebihan dan fitur dari produk yang dimiliki perusahaan. Konten yang dibuat juga dapat memancing impresi klien. Lalu yang ketiga adalah membangun jaringan yang luas, media sosial bisa membantu sebuah perusahaan untuk membangun jaringan relasi dan kemitraan yang luas. Lalu yang

keempat adalah meningkatkan visibilitas bisnis, beberapa media sosial telah dilengkapi fitur khusus bisnis dan iklan. Fitur tersebut bisa dimanfaatkan untuk meningkatkan visibilitas bisnis. Lalu yang terakhir adalah menganalisis kompetitor, melalui media sosial, sebuah perusahaan dapat menganalisa strategi dan kelemahan kompetitor. Hal ini dapat dijadikan sebagai taktik untuk menjadi lebih unggul dan mendapat lebih banyak klien (Zakawali, 2022).

Sebuah perusahaan IT sangat membutuhkan media sosial, karena fokus utamanya bukan pada pemasaran, tetapi pada komunikasi. Dengan berfokus pada komunikasi, perusahaan IT mampu membangun kesadaran merek mereka dan sebaiknya perusahaan IT bisa muncul di media sosial seperti bisnis konsumen lainnya, seperti Facebook, Twitter, LinkedIn, dan Instagram. Kelima *platform* ini digunakan untuk tujuan yang berbeda karena memiliki fungsi dan audiens yang berbeda untuk setiap media sosial. Seorang *social media specialist* memiliki peran dan manfaat yang berguna dalam mengelola media sosial suatu perusahaan, pertama adalah dapat memahami profil audiens dengan baik, selanjutnya, memiliki jadwal posting yang terarah, lalu mampu memaksimalkan *branding* perusahaan, lalu membantu meningkatkan *customer support*, lalu memiliki kontrol media sosial yang lebih baik, dan terakhir lebih menghemat waktu (Redcomm, 2021).

Indo Teknologi Solusi adalah perusahaan yang bergerak di bidang IT yang berdiri tahun 2014, dan mulai berjalan atau beroperasi tahun 2016. Indo Teknologi Solusi memang bisa dibilang merupakan perusahaan yang cukup baru. Namun, Indo Teknologi Solusi sudah memiliki beberapa klien atau partner bisnis yang cukup ternama. Indo Teknologi Solusi menyediakan produk dalam bentuk software maupun juga hardware. Indo Teknologi Solusi melakukan aktivitas marketing atau pemasaran dengan melakukan digital marketing. Caranya adalah dengan melalui *Website*, *landing page*, dan media sosial.

Pemanfaatan *social media marketing* yang dilakukan adalah dengan membuat konten-konten poster yang diunggah ke akun Instagram yang dibuat tahun 2019. Namun, akun tersebut terkena *hack* atau dibajak sehingga harus membuat akun Instagram baru (@indoteknologisolusi) yang berjalan dari bulan

Juli 2022 dan memiliki 24 pengikut serta memposting 20 unggahan. Serta akun LinkedIn (PT Indo Teknologi Solusi) Indo Teknologi Solusi digunakan untuk mendapatkan *brand awareness* dan sebagian besar caranya adalah dengan melakukan metode *soft selling* untuk mendapatkan klien.

Pemilihan Indo Teknologi Solusi sebagai tempat kerja magang dikarenakan pekerja magang hanya ditawarkan untuk bekerja magang di Indo Teknologi Solusi dan pekerja magang berpikir bahwa ini merupakan sebuah kesempatan untuk menerapkan teori dan konsep pembelajaran mengenai *social media marketing* di sebuah perusahaan IT yang membutuhkan tenaga kerja untuk menangani media sosial perusahaan tersebut.

## **1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang**

Tujuan dari pelaksanaan kerja magang terbagi menjadi tiga poin yaitu:

1. Mengetahui dan memahami proses kerja *social media marketing* di Indo Teknologi Solusi.
2. Mengimplementasikan teori dan konsep pembelajaran selama masa perkuliahan terkait keterampilan komunikasi dalam melakukan aktivitas *social media marketing* di Indo Teknologi Solusi.
3. Mengasah kemampuan dan menyerap ilmu tentang *social media marketing* yang bisa didapatkan dalam dunia kerja lewat program magang ini.

## **1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Kegiatan magang di Indo Teknologi Solusi dilaksanakan dari Senin, 26 September 2022 hingga 26 Desember 2022. Kegiatan magang ini juga dilakukan secara *hybrid*. Pelaksanaan secara *work from office* dilakukan pada hari Selasa dan Kamis, lalu *work from home* dilakukan pada hari Senin, Rabu dan Jumat. Untuk jam kerja dimulai dari jam 09.00 WIB hingga pukul 16.00 WIB.

Untuk mengikuti program pelaksanaan magang ini, ada beberapa tahapan dan prosedur yang sudah dilewati, antara lain:

1. Mencari lowongan kerja magang ke beberapa perusahaan.

2. Pada 12 September 2022, mendapat lowongan kerja magang di Indo Teknologi Solusi. Lalu pada tanggal 13 September 2022 mengirim *curriculum vitae* (CV) kepada Indo Teknologi Solusi.
3. Pada 16 September 2022, melakukan wawancara secara langsung di kantor PT Indo Teknologi Solusi.
4. Pada 19 September 2022 pengajuan KM-01 dikirimkan kepada pihak fakultas untuk mendapatkan surat pengantar kerja magang dari Universitas Multimedia Nusantara.
5. Pada tanggal 21 September 2022, KM-02 dari Universitas Multimedia Nusantara diterima dan diajukan sebagai surat pengantar kepada Indo Teknologi Solusi sebagai syarat untuk memulai kegiatan magang.
6. Lalu pada 26 September 2022, mulai dilakukan kerja magang untuk hari pertama secara *offline*.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA