

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang terjadi di era digitalisasi ini berkembang sangat pesat, dilansir dari Kumparan.com (2021), adanya teknologi yang terus berkembang mengancam industri media cetak akan tergantikan oleh media digital, Adanya ancaman di era digital ini memang tidak bisa di pungkiri, untuk menghadapi era ini. *Kreatif dan inovatif* harus dilakukan dalam melakukan riset agar tidak tergerus zaman. Menurut Silvius (2016) Hadirnya teknologi di zaman ini, mendorong Media Sosial menjadi salah satu komponen penting dalam suatu kegiatan *Marketing*.



UNIVERSITAS

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia

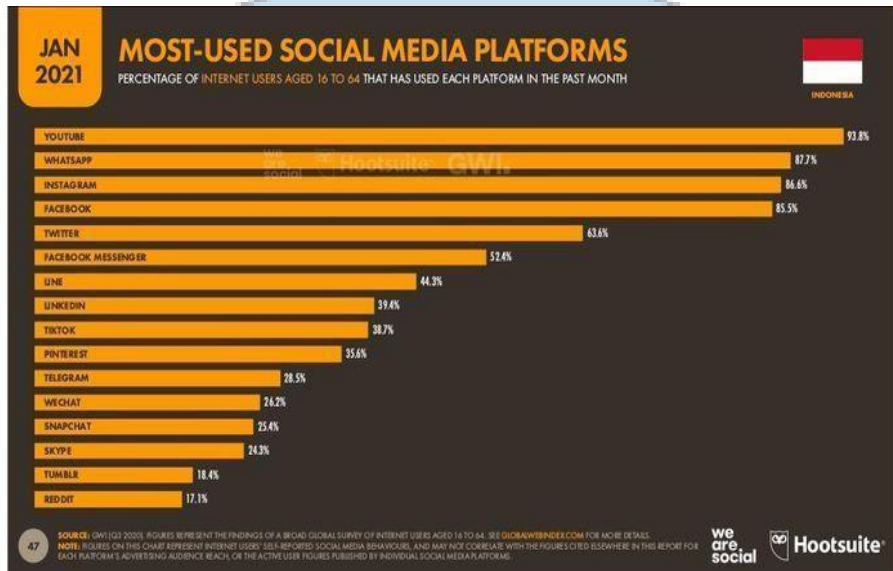
Sumber: We Are Social dan Hootsuite , 2021

NUSANTARA

Melihat gambar 1.1 pengguna internet di Indonesia sudah mencapai 202,6 juta orang atau 73,7% dan 170 juta atau 61,8% warga Indonesia orang aktif menggunakan media sosial. Melihat Media Sosial yang sangat masif, membuat banyak perusahaan menggunakan Media Sosial sebagai salah satu cara untuk mencapai pasar yang telah direncanakan, Karena Media Sosial dianggap dapat menjangkau segmentasi pasar lebih luas dengan biaya yang *efisien*. Melihat fakta yang ada, kini Media Sosial bukan lagi sebagai *platform* untuk membangun relasi namun menjadi peluang baru bagi media ataupun perusahaan untuk menyebarluaskan berita mereka. Kondisi inilah yang membuat media mulai beradaptasi dengan perubahan teknologi tersebut (Sujoko & Larasati, 2017).

Menurut Andani (2020), *Digital Marketing* adalah penggunaan media digital dan teknologi digital untuk memasarkan produk atau jasa suatu perusahaan guna menjangkau target pasar yang lebih luas. Dengan begitu media yang di jangkau lebih luas, dan lebih banyak peluang untuk mendapatkan target market. Diamond & Deiss (2019) juga menyatakan bahwa terhitung pada tahun 2018 terdapat 4,2 miliar pengguna internet aktif, dan di antaranya terdapat 3,4 miliar pengguna media sosial. Sehingga apapun bisnis yang sedang berjalan, cara menjangkau konsumen yang paling efektif adalah secara online. Begitu juga dengan Perusahaan BFI Finance, melihat perkembangan zaman yang dinamis dan berkembang. BFI Finance terus menganalisa dan mempelajari perkembangan zaman.





Gambar 1. 2 Aplikasi Paling Banyak Pengguna
Sumber: Tekno Kompas, 2021



Gambar 1. 3 Aplikasi Paling Sering Digunakan
Sumber: Tekno Kompas, 2021

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Dilansir dari Tekno Kompas, waktu yang dihabiskan pengguna WhatsApp di Indonesia yaitu sekitar 30,8 jam per bulan, Facebook 17 jam per bulan, Instagram 17 jam per bulan, TikTok 13,8 jam per bulan, kemudian Twitter 8,1 jam per bulan. Serta aplikasi yang paling sering digunakan oleh warga Indonesia saat ini secara berurutan adalah WhatsApp, Facebook, Instagram, TikTok, lalu Twitter. Dengan melakukan pengiklanan melalui media *Digital Marketing*, dan Strategi promosi “kekinian” seperti menggunakan TikTok, LinkedIn, Instagram, dan media promosi modern lainnya, PT BFI Finance Indonesia juga melakukan hal yang sama, dimana harapannya semakin dikenal dengan *branding* yang baik serta berhasil menghasilkan *Agent* berkualitas. Dengan memanfaatkan sosial media, *video marketing*, *website* dan memaksimalkan *Digital Marketing* sebagai salah satu metode untuk mengembangkan perusahaan, yang tentunya sangat sejalan dengan *passion* dan *skill* yang penulis miliki. Kini, mayoritas usaha bisnis telah melakukan *Digital marketing* khususnya melalui media sosial. Upaya digital marketing yang dilakukan oleh sebuah *brand* dengan menggunakan media sosial disebut sebagai social media marketing, harapannya dengan berbekal teori dan *skill* yang penulis miliki dapat membantu perusahaan untuk mengolah ide kreatif dan inovatif ke dalam praktik kerja nyata di perusahaan BFI Finance.

1.2 Maksud dan Tujuan Magang

Dalam pelaksanaan kerja magang ini, tujuan utama penulis adalah untuk memenuhi mata kuliah wajib yaitu program magang sebagai syarat kelulusan. Selain itu tujuan lainnya adalah:

1. Mendapatkan pengalaman kerja di dunia kerja profesional dan mempelajari banyak hal baru terkhusus dalam hal *Digital Marketing*.
2. Mengasah dan memberikan ide moderen serta kreativitas yang akan di implementasikan dalam perusahaan demi memajukan perusahaan.
3. Mengimplementasikan apa yang telah dipelajari selama perkuliahan mengenai Bisnis Development dan Digital Marketing ke dalam dunia kerja.
4. Melatih diri untuk lebih disiplin, dan bertanggung jawab atas pekerjaan yang diberikan.

MULTIMEDIA
NUSANTARA

1.3 Waktu dan Prosedur Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Hari kerja: Senin – Jumat

Jam Kerja: 08:00-17:00 / 09:00-18:00

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Magang

Terdapat beberapa rangkaian prosedur pelaksanaan magang yang dilakukan untuk melaksanakan kegiatan magang di BFI Finance Indonesia:

- 1) Mencari tempat Magang di beberapa platform online dan juga *website*. Tentunya menentukan perusahaan yang dituju harus sesuai dengan kriteria kerja magang dari pihak Program Studi.
- 2) Mendaftarkan diri untuk Program Magang terhitung sejak Desember 2021.
- 3) Mendapat kontak dari Pihak HRD BFI Finance Indonesia dan mengikuti tahap wawancara lanjutan terhitung sejak Januari 2022.
- 4) Mendapat kontak dari Pihak User BFI Finance Indonesia dan mengikuti tahapan wawancara terhitung sejak Januari 2022.
- 5) Mendapat kabar melalui telephone bahwa telah diterima sebagai Agency Development Intern di BFI Finance Indonesia terhitung sejak tanggal 10 Januari dan akan mulai kerja magang pada 17 Januari 2022.
- 6) Melakukan Pengajuan Validasi perusahaan kepada Kepala Prodi untuk menjalankan Program Kerja Magang di BFI Finance dan mendapat Persetujuan terkait Program kerja Magang Oleh Kepala Prodi.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

- 7) BFI Finance memberikan kontrak kerja magang selama 3 bulan pertama, yang nantinya akan di lanjutkan penandatanganan kontrak kembali untuk 3 bulanSelanjutnya.
- 8) Melakukan tanda tangan kontrak untuk program magang.
- 9) Melakukan Pelaksanaan kerja Magang pada tanggal 17 Januari 2022.
- 10) Melakukan validasi perpanjangan kontrak magang pada bulan April 2022

