

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Melihat perkembangan teknologi yang sangat pesat di Indonesia, penulis sadar bahwa kebutuhan masyarakat sekarang lebih banyak mengarah ke ranah yang serba digital. Ditambah dengan pandemi Covid-19 yang membuat semua masyarakat mau tidak mau harus beraktivitas dengan perangkat elektronik melalui *platform* digital. Dikarenakan adanya pandemi tersebut, sistem belajar di institusi pendidikan dan sistem bekerja di perusahaan harus berubah sesuai dengan kondisi yang ada. Perubahan yang paling banyak dilakukan yaitu dengan memanfaatkan teknologi digital.

Kegiatan berbasis teknologi digital yang paling banyak dilakukan di tengah kondisi pandemi ini yaitu maraknya pemasaran dengan konten yang dibuat dalam bentuk digital. Hal ini merupakan salah satu strategi pemasaran konten marketing yang efektif dan ramai dilakukan pada saat ini. Secara umum, konten pemasaran dalam bentuk digital tersebut akan di publish melalui *social media*. Beberapa contoh konten *social media marketing* yang kerap muncul di saat pandemi ini yaitu berupa foto, video, *live streaming*, *podcast*, *content writing*, dan lain sebagainya.

*Social media marketing* adalah proses yang memberdayakan promosi situs web, produk, dan layanan melalui saluran sosial *online* (Yazdanparast et al., 2016). *Social media marketing* menjadi salah satu peluang yang besar untuk para pemilik bisnis terutama *Startup* untuk *survive* dan memenuhi kebutuhan para konsumen. Salah satu *Startup* khususnya dibidang pendidikan yang menerapkan strategi marketing dengan menggunakan *social media* yaitu PT Nusademy Solusi Indonesia atau yang biasa dikenal dengan Nusademy. Nusademy hadir sebagai *marketplace mentoring platform* bagi anak muda Indonesia agar dapat menemukan dan

terhubung dengan mentor yang nantinya akan membimbing mereka untuk mengambil jurusan dan karir yang tepat.

Dalam hal untuk menyebarkan informasi dan promosi mengenai produk, jasa, dan kegiatan lain, Nusademy menggunakan media sosial yaitu Instagram sebagai media utamanya. Selain itu, terdapat media sosial pendukung lainnya seperti Facebook, Telegram, dan *website* Nusademy itu sendiri. Nusademy memilih Instagram sebagai media utama karena target market atau *target audience* dari Nusademy yaitu murid SMP, SMA/SMK, dan para mahasiswa.

Penulis pada akhirnya memutuskan untuk memilih Nusademy sebagai tempat praktik kerja magang. Hal ini dikarenakan penulis melihat potensi besar dari Nusademy yang memiliki produk, jasa, dan kegiatan lainnya dengan berbasis teknologi yang mudah dipakai, terjangkau, dan sangat membantu para pelajar, mahasiswa, dan *fresh graduates*. Selain itu, Nusademy juga memiliki berbagai partner dan para mentor yang ahli dibidangnya sehingga Nusademy dapat berkembang menjadi lebih besar lagi. Dalam bidang marketing, penulis ingin belajar untuk semakin mengetahui dan mendalami bagaimana perencanaan dan pengolahan konten-konten marketing di Nusademy yang kemudian akan direalisasikan menjadi suatu postingan di media sosial Instagram. Penulis tertarik untuk belajar bagaimana menemukan dan mengolah ide-ide dan konsep kreatif dalam waktu yang singkat dikarenakan tuntutan postingan konten setiap harinya. Selain itu, penulis juga ingin mengetahui teknik dan strategi Nusademy dalam menyampaikan informasi ataupun promosi kepada audiens yang luas.

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

Maksud dan tujuan penulis dalam melakukan kerja magang yaitu sebagai berikut:

1. Mengetahui dan memahami kegiatan Social Media Marketing di PT Nusademy Solusi Indonesia khususnya di *platform* Instagram.

2. Menerapkan dan meningkatkan ilmu serta konsep *Social Media Marketing* secara langsung di PT Nusademy Solusi Indonesia.
3. Meningkatkan soft skill seperti kreativitas, *team work*, *communication skill*, kedisiplinan, dan tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas yang diberikan selama masa kerja magang.

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

#### **1.3.1 Waktu Kerja Magang**

- 1) Penulis melakukan kerja magang selama 6 bulan terhitung dari 20 Desember 2021 sampai 24 Juni 2022 di PT Nusademy Solusi Indonesia.
- 2) Waktu kerja yang ditentukan oleh perusahaan adalah dari pukul 09.00 WIB hingga 18.00 WIB dengan sistem *office hour* selama lima hari kerja dalam seminggu.
- 3) Penulis bekerja selama lima hari dalam seminggu yaitu dari hari Senin hingga Jumat.

#### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

- 1) Penulis mengikuti seminar bimbingan magang secara *online* yang diselenggarakan oleh Fakultas Bisnis pada tanggal 14 Mei 2020.
- 2) Penulis mengisi KRS untuk semester enam dan mengambil mata kuliah *Internship*.
- 3) Penulis mengajukan surat pengantar kerja magang yaitu MBKM 01 melalui *email* kepada Universitas Multimedia Nusantara sebagai persetujuan untuk melaksanakan kegiatan magang.
- 4) Setelah disetujui oleh ketua kaprodi, penulis menerima kartu MBKM 02 untuk diserahkan kepada perusahaan tempat kerja magang.
- 5) Penulis kemudian mengirimkan *Curriculum Vitae* dan kartu

MBKM 02 kepada perusahaan PT Nusademy Solusi Indonesia dan menunggupanggilan wawancara dari PT Nusademy Solusi Indonesia untuk magang.

- 6) Penulis kemudian melakukan wawancara secara *online* via *zoom*.
- 7) Penulis menerima surat penerimaan magang dari perusahaan dan melaksanakan kerja magang di PT Nusademy Solusi Indonesia sebagai *Social Media Marketing Intern*.
- 8) Penulis mengunduh surat-surat guna kepentingan praktik kerja magang melalui *website* Kampus Merdeka Universitas Multimedia Nusantara, yaitu:
  - a. Surat Pengantar MBKM 01
  - b. Kartu MBKM 02
  - c. Daily Task MBKM 03
  - d. Lembar Verifikasi Laporan MBKM 04
- 9) Penulis melakukan konsultasi atau bimbingan dengan dosen pembimbing magang guna memaksimalkan kerja magang di PT Nusademy Solusi Indonesia dan dalam menyusun laporan kerja magang.
- 10) Penulis menyusun laporan praktik kerja magang selama melakukan kegiatan magang di perusahaan dengan arahan dari dosen pembimbing.