

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi di zaman sekarang sudah sangat pesat. Dimana semakin berkembangnya zaman maka teknologi juga semakin canggih. Dari yang sebelumnya menggunakan media cetak hingga terbentuknya media sosial sejak adanya internet. Media sosial adalah wadah digital yang menyediakan fasilitas untuk melakukan aktivitas sosial bagi setiap penggunanya. Adapun aktivitas sosial yang dapat dilakukan tersebut seperti berkomunikasi dan berbagi informasi dengan satu sama lain dalam bentuk teks, foto dan juga video.

Selain untuk berkomunikasi, media sosial juga dapat menjadi saran branding yaitu dengan menggunakan Media sosial untuk keperluan berbisnis melalui kontennya yang interaktif dan fitur promosi untuk mempromosikan suatu barang dan jasa agar pengguna media sosial menjadi tertarik untuk menggunakan produk tersebut. Oleh karena itu juga penggunanya tidak hanya berasal dari konsumen akan tetapi juga menjadi sebagai produsen. Dengan semakin bertumbuhnya jumlah pengguna media sosial, banyak yang memanfaatkan hal ini sebagai wadah mempromosikan usahanya. Contoh media sosial yang berkembang saat ini adalah : Instagram, facebook, tiktok dan twitter. Jumlah penggunanya mengalami kenaikan secara masif dari seluruh dunia.

Dengan diketahui bahwa ada banyak media sosial Instagram di sekitar kita. Semua lapisan masyarakat dapat dengan mudah menggunakan aplikasi ini. Instagram menawarkan berbagai keuntungan bagi para pebisnis untuk membangun dan mengembangkan brand bisnisnya karena jangkauannya yang tak terbatas tidak seperti pemasaran dari mulut ke mulut.



Gambar 1. 1 Pengguna Media Sosial pada tahun 2022

Berdasarkan We Are Social, pada tahun 2022 terdapat 191.4 juta pengguna aktif media sosial di Indonesia. Jumlah tersebut tentunya merupakan angka yang sangat besar karena hal ini menunjukkan lebih dari setengah populasi yaitu 68.9% penduduk di Indonesia menghabiskan waktunya di media sosial. Banyaknya pengguna media sosial ini adalah peluang bagi para pebisnis untuk dapat memperluas jangkauan target pasarnya. Dengan pasar yang lebih luas maka peluang mendapatkan pelanggan baru menjadi lebih besar.

Dari banyaknya media sosial yang tersedia di Indonesia salah satu yang memiliki jumlah pengguna aktif terbanyak adalah Instagram dengan jumlah pengguna yang mencapai 104.175.200 juta jiwa ditahun 2022 ini. Adapun audiencenya memiliki perbandingan hampir setara antara gender pria dan wanita sebanyak 46% dan 54%. Hal ini tentunya menandakan bahwa di Instagram Wanita dan pria memiliki ketertarikan yang sama.

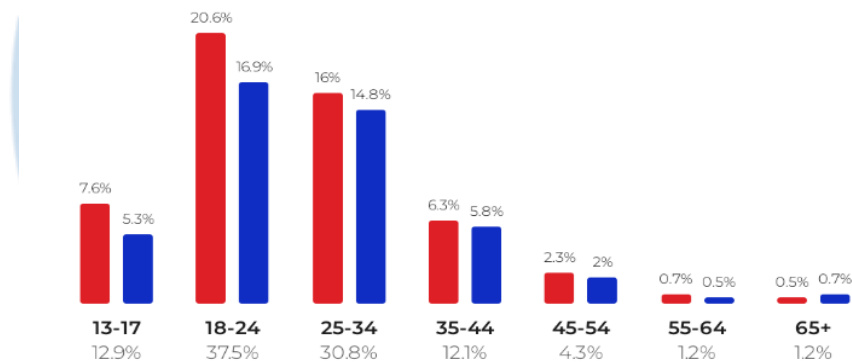
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Instagram users in Indonesia
January 2022



104 175 200

54% women
46% men



NapoleonCat.

Source: NapoleonCat.com

Gambar 1. 2 Pengguna Instagram pada tahun 2022

Dari banyaknya media sosial yang tersedia di Indonesia salah satu yang memiliki jumlah pengguna aktif terbanyak adalah Instagram dengan jumlah pengguna yang mencapai 104.175.200 juta jiwa ditahun 2022 ini. Adapun audiencenya memiliki perbandingan hampir setara antara gender pria dan wanita sebanyak 46% dan 54%. Hal ini tentunya menandakan bahwa di Instagram Wanita dan pria memiliki ketertarikan yang sama.

Instagram adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk berbagi foto dan video. Adapun penggunaannya dapat mengambil foto dan video kemudian mengaplikasikan filter digital untuk disebarluaskan ke berbagai layanan sosial, termasuk Instagram sendiri. Filosofi penamaan Instagram adalah dari kata “Insta” yaitu instan dan “Gram” berarti telegram. Jadi apabila digabungkan akan membentuk Instagram. Instagram memiliki peranan penting dalam bisnis karena dapat digunakan untuk promosi dan meningkatkan brand awareness.

Brand awareness adalah kesadaran merek atau kemampuan konsumen untuk langsung mengenali dan mengingat suatu merek dengan hanya melihat identitas merek seperti logo, warna dan sebagainya. Instagram merupakan media yang cocok digunakan bagi bisnis karena berfokus kepada visual, sehingga apa yang dilihat oleh penggunanya sebaiknya dibuat dengan sebagus mungkin. Selain itu Instagram juga dapat dimanfaatkan untuk sarana beriklan. Promosi menggunakan iklan di Instagram merupakan salah satu strategi yang efektif karena pengiklan akan diberikan kategori-kategori segmentasi seperti demografi yang memudahkan proses pencarian dan penentuan target pasar yang sesuai dengan kebutuhan pengiklan.

Promosi adalah suatu kegiatan yang dilakukan dengan orientasi untuk meningkatkan barang atau jasa. Menurut Fandy Tjiptono Promosi adalah komunikasi pemasaran yang dikerjakan untuk mempengaruhi, menyampaikan sesuatu, membujuk, serta meningkatkan pasar sasaran dari suatu perusahaan. Promosi merupakan elemen penting untuk marketing untuk karena merupakan strategi yang dapat digunakan oleh perusahaan atau produsen untuk berkomunikasi dengan konsumennya. Melalui promosi juga perusahaan dapat membuat calon konsumen menjadi tertarik untuk melakukan pembelian produk baran atau jasa yang ditawarkan. Promosi juga dapat dilakukan oleh berbagai kalangan pebisnis, mulai dari skala kecil, menengah hingga pebisnis berskala besar.

Dengan kehadiran Instagram yang tidak hanya alat promosi tetapi dapat juga dimanfaatkan sebagai alat untuk mengomunikasikan dan memperkenalkan brand perusahaan. Saat ini sudah banyak perusahaan yang memanfaatkan media sosial untuk memperluas target jangkauannya dan hampir semua orang sudah menggunakan sosial media sehingga perusahaan yang memanfaatkan Instagram akan sangat berkontribusi dan sesuai dalam memperkuat brand awareness serta meningkatkan pemasarannya. Salah satu perusahaan yang memanfaatkan Instagram untuk meningkatkan pemasaran dan memperkuat serta mengomunikasikan brand awarenessnya adalah PT

Ariobimo Makmur Sentosa. Perusahaan yang bergerak di industri produk makanan dengan menjual produk olahan bakso daging sapi ini sudah berdiri sejak tahun 2018. Di era sekarang ini dimana dengan berkembangnya teknologi semakin banyaknya perusahaan-perusahaan baru yang muncul dan bergerak dibidang produk makanan membuat PT Ariobimo Makmur Sentosa mendapatkan pesaing yang semakin banyak sehingga untuk dapat terus bertahan dan bersaing perusahaan perlu memikirkan strategi yang diperlukan agar perusahaan tetap dapat bersaing dengan kompetitornya. PT Ariobimo Makmur Sentosa menggunakan Instagram dan Website sebagai medianya dan untuk penjualan dilakukan secara offline melalui agen dan penjualan online yang tersedia melalui berbagai macam platform e-commerce seperti : Shoppe, Tokopedia, bukalapak dan jd.id. PT Ariobimo Makmur Sentosa menggunakan Instagram dan Website sebagai medianya

Penulis mendapat kesempatan untuk bekerja magang sebagai Social Media Specialist dalam divisi marketing untuk membantu perusahaan dalam memperkenalkan brand-nya, memperluas target serta meningkatkan awareness. Penulis juga dapat menerapkan konsep-konsep atau teori yang sudah dipelajari selama berkuliah sehingga dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan awareness-nya. Penulis juga dapat mempelajari banyak hal mengenai cara untuk meningkatkan awareness atau mengelola dengan menggunakan media sosial dari PT Ariobimo Makmur Sentosa. Sekarang media sosial menjadi salah satu hal yang sangat penting bagi perusahaan untuk meningkatkan awareness, karena mereka menggunakan media sosial untuk mengomunikasikan brand-nya. Saya sebagai mahasiswa Manajemen yang mengambil peminatan dibidang marketing ingin mempelajari bagaimana caranya mengelola media sosial secara efektif dari perusahaan PT Ariobimo Makmur Sentosa.

PT Ariobimo Makmur Sentosa menggunakan Instagram untuk membagikan informasi kepada target audience-nya tentang pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dan juga menawarkan produk makanannya yang

berupa bakso daging sapi dengan berbagai varian ukuran yang berbeda untuk berbagai kebutuhan. Target Audience atau Target Market dari PT Ariobimo Makmur Sentosa cukup luas karena menysasar keluarga jadi mulai dari anak berusia dini hingga orang dewasa menjadi targetnya. Penulis tertarik untuk melakukan praktik kerja magang di PT Ariobimo Makmur Sentosa karena penulis berkeinginan untuk mempelajari tentang bagaimana cara penggunaan strategi promosi marketing menggunakan sosial media untuk dapat meningkatkan bisnis.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Maksud dari pelaksanaan kerja magang ini adalah sebagai tambahan wawasan dan pengalaman di dunia kerja bagi penulis yang mana nantinya akan bermanfaat untuk penulis sebagai bekal di dunia kerja. Adapun selain itu pelaksanaan kerja magang ini juga merupakan salah satu syarat kewajiban akademis yang harus dilakukan oleh seluruh mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara untuk mendapatkan gelar strata satu.

Selain itu, ada beberapa tujuan kerja magang lainnya dari pelaksanaan kerja magang yang dilakukan oleh penulis diantaranya yaitu adalah sebagai berikut:

- a. Memperoleh pengalaman secara langsung dan gambaran umum mengenai proses bisnis perusahaan dan dunia kerja.
- b. Mendapatkan soft skill yang diperlukan untuk memasuki dunia kerja.
- c. Menganalisis kendala-kendala yang dihadapi perusahaan PT Ariobimo Makmur Sentosa
- d. Mengembangkan critical thinking penulis dalam menangani permasalahan yang ada diperusahaan.
- e. Mengimplementasikan teori dan ilmu manajemen yang telah di pelajari selama masa perkuliahan.
- f. Meningkatkan wawasan untuk mahasiswa/i sebagai bekal untuk memasuki dunia kerja yang sesuai denbangkan dan mempersiapkan diri bagi penulis untuk memasuki dunia kerja.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melakukan kerja magang selama lima bulan atau setara dengan 800 jam kerja, dimulai pada bulan September 2022 sampai dengan bulan Januari 2023. Data penjabaran pelaksanaan kerja magang sebagai berikut.

Nama Perusahaan : PT Ariobimo Makmur Sentosa

Bidang Usaha : Produk Makanan

Alamat Perusahaan : BSD City, Taman Tekno, Tangerang Selatan

Kontak Perusahaan : info@pakumizz.com

Periode Kerja Magang: 15 September 2022 – 20 Januari 2023

Waktu Kerja Magang : Senin – Sabtu, 08.00 – 17.00

Penempatan Subunit : Social Media Specialist

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Adapun prosedur kerja magang yang dilakukan penulis untuk mengikuti kerja magang adalah aturan yang berlaku berdasarkan prosedur Universitas Multimedia Nusantara dan PT Ariobimo Makmur Sentosa yaitu sebagai berikut:

1. Meminta surat pengantar kerja magang kepada fakultas prodi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
2. Pengajuan *Curriculum Vitae* (CV) beserta surat pengantar magang kepada Direktur PT Ariobimo Makmur Sentosa.
3. Melakukan pemenuhan panggilan interview dengan Direktur PT Ariobimo Makmur Sentosa di Head Office BSD City, Taman Tekno, Tangerang Selatan
4. Menandatangani kontrak kerja magang yang diterima dari PT

Ariobimo Makmur Sentosa.

5. Melakukan registrasi di sistem kampus merdeka UMN.
6. Terhitung efektif kerja mulai dari 15 September 2022 di unit Marketing sebagai social media specialist PT Ariobimo Makmur Sentosa.
7. Melakukan input daily activity selama proses praktik kerja magang.
8. Melakukan bimbingan praktik kerja magang dengan dosen pembimbing yaitu Dr Hendy Tannady sebanyak 4 kali pertemuan.
9. Menulis dan menyusun laporan selama praktik kerja magang berdasarkan pedoman Universitas Multimedia Nusantara.
10. Menulis dan Menyusun laporan selama praktik kerja magang berdasarkan pedoman PT Ariobimo Makmur Sentosa sebagai syarat untuk mendapatkan sertifikat.
11. Melakukan sidang kerja magang sebagai pertanggung jawaban selama praktik kerja magang.

