

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Berkembangnya dunia teknologi dan informasi, hal ini membuat internet sebagai media komunikasi yang diminati oleh kalangan masyarakat. Maka dari itu perubahan komunikasi modern akan menjadi serba digital. Perkembangan tersebut akan semakin pesat setelah internet yang dapat diakses melalui telepon cerdas (*Smartphone*). *Smartphone* memberikan berbagai fasilitas seperti SMS, e-mail, browsing, serta fasilitas sosial media seperti instagram, whatsapp, facebook, dan lain-lain. Dengan berkembangnya zaman, dunia teknologi berkembang sangat cepat hal tersebut mengungkapkan bahwa lebih dari setengah masyarakat Indonesia pada saat ini lebih terhubung ke internet. Data tersebut diperoleh oleh survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), ada 210,03 juta pengguna internet di dalam negeri pada periode 2021-2022, Jumlah itu meningkat 6,78% dibandingkan pada periode sebelumnya yang sebesar 196,7 juta orang. Hal itu pun membuat tingkat penetrasi internet di Indonesia menjadi sebesar 77,02%.

Hal tersebut konsumen akan menjadikan social media menjadi salah satu sumber informasi peluang bisnis, dengan adanya social media perencanaan bisnis tersebut semakin besar dengan manfaat membuat konten untuk menarik pelanggan bagi perusahaan. Social media merupakan sebuah sosialisasi dan interaksi yang berguna untuk menarik masyarakat untuk mengunjungi sebuah tautan atau informasi yang berisi sebuah pemasaran atau promosi sebuah barang ataupun jasa. Salah satunya Instagram yang merupakan salah satu *platform* media sosial paling besar dan sering dikunjungi oleh masyarakat terutama pada kalangan remaja, dimana para pengguna dapat memposting sebuah konten, foto, maupun video pada halaman Instagram tersebut. Foto ataupun video yang di posting pada *feeds* Instagram tersebut dapat menarik para *follower* dan akan mengunjungi halaman situs tersebut.



Gambar 1.1 Media Social Instagram Trans Batam

Pada Instagram tersebut memiliki fitur yang sering di gunakan oleh masyarakat yaitu snapgram. Yang dimana snapgram berfungsi untuk memposting video atau foto konten dan para pengguna tersebut dapat mempromosikan konten yang akan di posting menggunakan fitur snapgram tersebut. Oleh karena itu perusahaan membutuhkan peran *social* media untuk mengembangkan proses pemasaran melalui media komunikasi online seperti Instagram, facebook, dan whatsapp. Dengan adanya pemasaran yang dilakukan pada media social Instagram

masyarakat akan menyadari Instagram dapat bermanfaat untuk mempromosikan sebuah informasi mengenai pelayanan transportasi.

UPT. Jasa Pelayanan Transportasi Dinas Perhubungan kota Batam merupakan jasa transportasi di Dinas Perhubungan kota Batam yang memiliki akun Instagram dengan *followers* 2 ribu pada Instagram Trans Batam dimana akun tersebut untuk memberikan informasi mengenai transportasi trans batam berupa content yang sudah di buat, pada bio Instagram trans batam juga terdapat nama akun Facebook dan Whatsapp dimana media tersebut sering digunakan oleh kalangan masyarakat, whatsapp contact tersebut berfungsi untuk para pelanggan yang ingin memberi saran dan masukan berupa pertanyaan yang ingin ditanyakan, dengan adanya kepuasan pelanggan dapat memberi pengaruh besar bagi perusahaan tanpa adanya kepuasan pelanggan atas pelayanan sebuah barang ataupun jasa maka harapan suatu perusahaan untuk dapat berkembang akan sulit.

Trans Batam perlu diperhatikan dalam meningkatkan jumlah kualitas penumpang hal ini juga penting dalam memperbaiki kualitas pelayanan, seperti memperhatikan pelayanan kepada pelanggan yang baik, ramah, dan sopan. hal tersebut dapat menjadi salah satu penilaian dari para penumpang Trans Batam untuk dapat melihat bagaimana sikap mereka kepada para pelanggan mulai dari kerapian dan keramahan dalam memberikan pelayanan kepada penumpang.

Berdasarkan teori diatas peran digital marketing sangatlah penting dengan mengenal target pelanggan melalui online agar jasa yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan target nya, peran digital marketing juga bisa menjadi solusi agar mengetahui tingkat pelanggan sehingga kita dapat tahu tentang apa yang disukai atau tidak disukai oleh pelanggan tersebut.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dan tujuan kerja magang ini membuat mahasiswa menambah wawasan, pengetahuan, pengalaman, kemampuan yang terjadi di dalam dunia kerja secara nyata serta menerapkan secara langsung dengan teori yang sudah dipelajari selama berkuliah di Universitas Multimedia Nusantara, maksud dan tujuan kerja magang ditujukan untuk :

1. Mengetahui peran untuk *branding* dan membangun *personal connection* dengan pelanggan untuk mempromosikan jasa yang dimiliki UPT Pelayanan Jasa Transportasi Batam.
2. Untuk mengetahui kendala dalam proses komunikasi pemasaran dengan menggunakan media sosial pada UPT Pelayanan Jasa Transportasi Batam.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melaksanakan program kerja magang sesuai dengan ketentuan yang telah dibuat oleh Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara, dengan memiliki 800 (delapan ratus) jam kerja. Detail pelaksanaan program kerja magang penulis sebagai berikut:

Nama Perusahaan : UPT Pelayanan Jasa Transportasi Kota Batam
Alamat Perusahaan : Jl. Sudirman No.3, Sukajadi, Kec. Batam
Kota, Kota Batam, Kepulauan Riau 29432
Waktu Pelaksanaan : 16 Januari – 16 Juni
Waktu Kerja : 08.00 – 16.00 WIB

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

1. Menghadiri pembekalan yang diselenggarakan oleh CDC melalui zoom meeting.
2. Mengisi Pra-KRS MBKM pada bulan Januari 2023.
3. Mengisi KRS magang di my.umn.ac.id dengan syarat telah menyelesaikan 90 SKS dan tidak memiliki nilai D & E dan permintaan transkrip nilai dari semester awal hingga semester yang sedang dijalankan melalui gapura.umn.ac.id

4. Memiliki pilihan kesempatan untuk mengajukan KM-01 lebih dari 1 (satu) kali melalui Google Form dan email sebagai konfirmasi kualifikasi tempat magang yang memenuhi persyaratan dan mendapatkan persetujuan dalam bentuk KM-02 atau surat pengantar magang dari Ketua Program Studi Manajemen.
5. Mengirimkan Curriculum Vitae (CV), surat pengantar magang, transkrip nilai, sebagai lampiran kepada perusahaan atau instansi yang ditujukan.
6. Mengisi dan mengumpulkan form MBKM-01 pada merdeka.umn.ac.id jika sudah mendapat perusahaan atau instansi yang sesuai.
7. Mengisi form MBKM-02 jika form MBKM-01 sudah disetujui oleh pihak Program Studi.
8. Mengisi daily task pada merdeka.umn.ac.id sebagai bukti lampiran proses aktivitas kerja magang
9. Melakukan bimbingan magang bersama dosen pembimbing.
10. Penulis menyusun laporan kerja magang dengan dosen pembimbing Bapak Mohammad Annas sesuai dengan yang sudah ditentukan oleh Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.