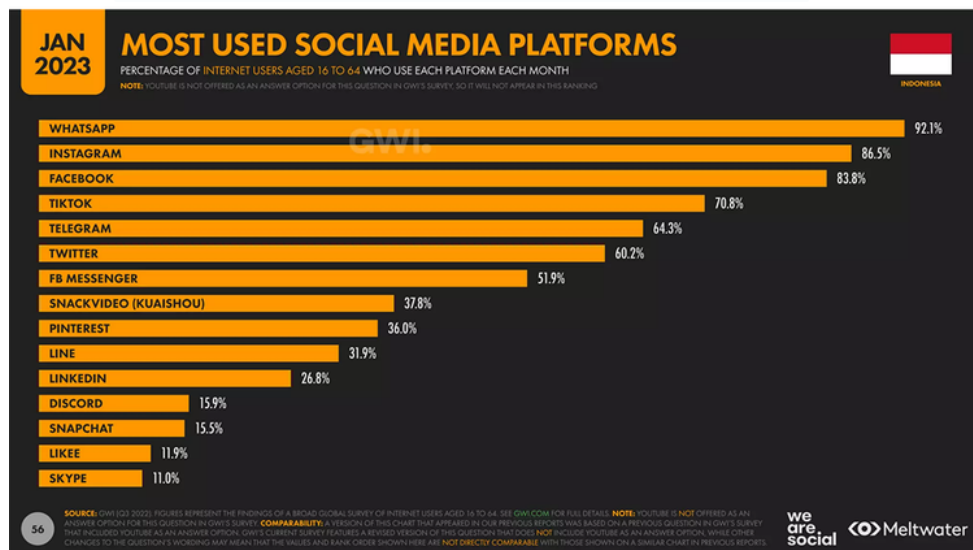


BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Saat ini media sosial sangat berkembang pesat, di mana hampir semua orang menggunakan media sosial. Pengguna media sosial bukan hanya menjadi konsumen tetapi juga dapat menjadi produsen di media sosial tersebut. Dengan semakin meningkatnya jumlah pengguna media sosial saat ini, banyak yang memanfaatkan media sosial sebagai tempat untuk mempromosikan suatu *brand*. Berdasarkan data yang dirilis *We Are Social*, dipaparkan bahwa jumlah pengguna internet Indonesia di awal 2023 mencapai 212,9 juta (Clinten, 2021). Berikut gambar 1.1 yang memperlihatkan jumlah pengguna internet di Indonesia.

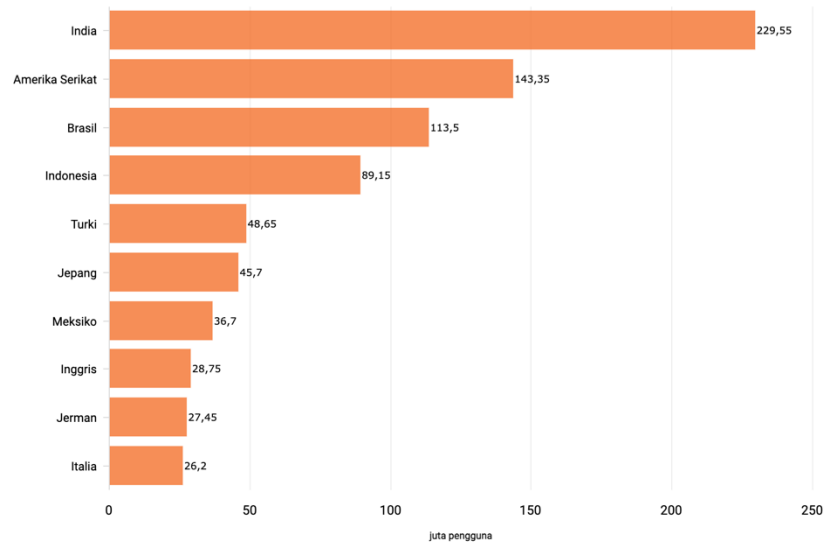


Gambar 1.1 Pengguna Internet di Indonesia

Sumber: (Clinten, 2021)

Angka tersebut mengalami pertumbuhan jika dibandingkan dengan periode yang sama di tahun lalu dengan total populasi Indonesia 276,4 juta dimana 49,7% perempuan dan 50,3% pria pada bulan Januari 2023. Jika dilihat dari pengguna internet, penduduk Indonesia di dunia maya mengalami kenaikan 5,2% atau 10 juta dari tahun 2022.

Salah satu media sosial penyumbang terbesar yang digunakan masyarakat Indonesia pada Internet adalah Instagram. Aplikasi media sosial tersebut adalah aplikasi yang paling digemari oleh masyarakat Indonesia bahkan di dunia.



Gambar 1.2 Indonesia Penyumbang ke-4 Terbesar di Dunia

Sumber: (Mutia, 2023)

Berdasarkan laporan *We Are Social*, jumlah pengguna Instagram di dunia diperkirakan sebanyak 1,32 miliar per Januari 2023 (Clinton, 2021). Indonesia berada di posisi keempat dengan total pengguna 89,15 juta orang yang telah mengunduh aplikasi tersebut (Mutia, 2023).

Dengan menjadi salah satu negara dengan jumlah populasi masyarakat yang begitu besar untuk media sosial, banyak perusahaan dalam hal memulai bisnis akan melakukan berbagai macam cara untuk dapat mempromosikan merek produk yang akan dijual, terutama ketika memulai bisnis *startup*. Saat ini, sudah banyak *platform* penjualan bisnis *online* yang tersedia karena memudahkan segala proses jual beli barang, terkhususnya dalam media sosial Instagram.

Media sosial adalah *platform database* jaringan yang menggabungkan publik dengan komunikasi pribadi (Meikle, 2016). Media sosial terbagi menjadi beberapa,

yaitu Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, dll. Pada laporan ini akan lebih memfokuskan pada media sosial Instagram. Instagram merupakan aplikasi *mobile* berbasis iOS, Android dan Windows Phone dimana pengguna dapat membidik, mengedit, dan memposting foto atau video ke halaman utama Instagram dan jejaring sosial lainnya (Winarso, 2015). Aplikasi tersebut berbagi menjadi foto atau video yang memungkinkan penggunanya mengunggah hasil foto dan videonya dengan ditambahkan *filter* digital untuk mengubah tampilan dan efek foto, dan memungkinkan pengguna membagikan ke berbagai layanan jejaring sosial.

Instagram sendiri berasal dari kata *insta* dan *telegram*. Kata instan atau insta adalah kata dari sebuah kamera polaroid yang sangat terkenal pada zaman dahulu. Untuk kata telegram merujuk pada sebuah alat yang bekerja untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Pemilik atau CEO dari Instagram sendiri lahir dari sebuah perusahaan yaitu Burbn, Inc. Perusahaan tersebut berdiri pada 6 Oktober 2010 dan didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger (Darestuti, 2022).

Indonesia merupakan urutan keempat dunia dengan pengguna Instagram terbanyak yaitu mencapai 89,15 juta pengguna hingga tahun 2023 awal. Instagram saat ini memiliki banyak fitur seperti Instagram *Stories* di mana pengguna dapat membagikan foto ataupun video kepada para pengikutnya dengan durasi 15 detik, tetapi tidak hanya itu saja, di Instagram *Stories* juga memiliki banyak macamnya seperti *sticker*, *gif*, *effect*, dan lainnya.

Saat ini, banyak para pengguna Instagram memanfaatkannya untuk mencari *awareness* demi keperluan pribadi ataupun komersil. Bagi pengguna Instagram yang memiliki pengikut dengan jumlah banyak, mereka dapat meningkatkan *awareness* dengan cepat. Pengguna Instagram dengan jumlah pengikut yang banyak ini sering juga disebut sebagai *influencer* atau orang yang dapat mempengaruhi pengikutnya sesuai dengan tujuan dari pengguna tersebut. Tidak hanya pengguna Instagram perorangan yang memanfaatkan aplikasi tersebut untuk mendapatkan *awareness*, kini perusahaan sudah banyak yang menggunakan Instagram untuk menciptakan *awareness* bagi perusahaannya. Penggunaan

Instagram menjadi salah satu cara yang tepat untuk meningkatkan *awareness* dengan cepat karena dapat dilihat oleh siapapun, dimanapun, dan kapanpun. Di Instagram penggunaanya juga dapat memanfaatkannya sebagai alat untuk memberikan edukasi dan wawasan terkait dalam bidang pekerjaan dan bisnis. Selain itu, perusahaan juga dapat dengan mudah menentukan target pasar sesuai dengan informasi yang dibuat dalam akun berdasarkan kategori dalam media sosial tersebut.

Dengan hadirnya Instagram, tidak hanya sebagai alat untuk melakukan beriklan ataupun memanfaatkan demi tujuan komersil, tetapi juga dapat dimanfaatkan sebagai alat untuk memperkenalkan atau mengomunikasikan sebuah bisnis ataupun kegiatan dari perusahaan. Salah satu perusahaan yang memanfaatkan Instagram sebagai alat untuk memperkenalkan dan mengomunikasikan perusahaannya adalah PT Talenta Sinergi Grup.

PT Talenta Sinergi Grup adalah perusahaan yang bergerak pada tahun 2009. Dalam perusahaan tersebut memiliki dua anak perusahaan, yaitu Upscale dan Eduwork. Kedua anak perusahaan ini memiliki tujuan dalam membangun tim dan infrastruktur untuk kebutuhan *client*, seperti membuat *web* dan aplikasi, mencari *talent*, *setup office*, dan pengelolaannya, agar bisa tetap fokus dalam pengembangan bisnisnya. Perusahaan tersebut memiliki ekosistem eksklusif yang telah membantu banyak perusahaan untuk mewujudkan harapan dengan pencarian *talent-talent* atau vendor yang tepat. *Database talent pool* yang dimiliki perusahaan telah mencapai 100.000 *talent* dan tersebar di seluruh Indonesia, serta memiliki rasa optimis yang tinggi untuk dapat membantu dan mewujudkan visi dari setiap perusahaan yang ada di Indonesia.

Kini dengan berkembangnya dunia teknologi, semakin banyak perusahaan-perusahaan baru yang muncul untuk bergerak dalam bidang yang sama, terutama dalam bidang *startup*. Hal tersebut membuat PT Talenta Sinergi Grup semakin mendapatkan banyak pesaing sehingga perusahaan harus memikirkan cara agar tetap dapat bersaing dengan perusahaan-perusahaan lainnya. PT Talenta Sinergi Grup memanfaatkan media sosial sebagai salah satu cara untuk dapat bersaing

dengan perusahaan lain dan untuk meningkatkan *awareness* kepada masyarakat luas. Perusahaan juga menggunakan beberapa media sosial seperti Facebook, Instagram, Tiktok, Youtube, dan *website*. Salah satu media sosial yang digunakan PT Talenta Sinergi Grup adalah Instagram, yang berfungsi sebagai alat bantu untuk memperkenalkan perusahaan kepada *target audience* dan juga meningkatkan *awareness* perusahaan.

Penulis ditempatkan sebagai *Social Media Strategist* di salah satu anak perusahaan, yaitu Upscale untuk membantu perusahaan dalam mengatur perencanaan dan pengembangan ide, terutama dalam dunia digital khususnya untuk Instagram perusahaan, yaitu @upscale.ig. Penulis bertugas dalam menyusun strategi *campaign* dan mampu berkolaborasi dengan tim dari departemen lainnya, yaitu tim desain visual untuk memastikan apakah alur konten dalam media sosial sudah berjalan dengan baik. Penulis juga dapat mempelajari banyak hal mengenai cara untuk meningkatkan *awareness* di media sosial yang bertujuan untuk menarik perhatian para audiens yang berfokus kepada pengembangan isi materi konten yang berhubungan dengan *awareness* dan *consideration* melalui *dashboard* setiap harinya.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Penulis memiliki maksud dan tujuan praktik kerja magang dalam Upscale yang akan dijabarkan seperti berikut.

1.2.1 Maksud Kerja Magang

Maksud penulis dalam melakukan praktik kerja magang di salah satu anak perusahaan PT Talenta Sinergi Group, yaitu Upscale adalah pemenuhan kewajiban akademis dalam mata kuliah *Professional Business Ethics, Industrial Experience, Industry Model Validation*, dan *Reporting* yang memiliki nilai sebesar 20 sks sebagai syarat kelulusan (S1) dari program studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara. Praktik kerja magang yang dilakukan juga ditujukan untuk memperoleh wawasan serta edukasi penting yang tidak akan didapatkan penulis dari pembelajaran semasa kuliah.

1.2.2 Tujuan Kerja Magang

Adapun tujuan dari pelaksanaan praktik kerja magang yang dilakukan oleh penulis pada PT Talenta Sinergi Group adalah sebagai berikut.

1. Sebagai persyaratan kelulusan Sarjana (S1) dari program studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
2. Menerapkan ilmu dan pengetahuan yang telah didapat selama proses perkuliahan di dalam pekerjaan.
3. Menambah wawasan mengenai aktivitas praktik kerja jarak jauh yang dilakukan oleh penulis.
4. Mengetahui peran dan tanggung jawab sebagai *Social Media Strategist* di Upscale.
5. Mengembangkan sikap untuk bisa bekerja sama dalam tim dan meningkatkan komunikasi dengan rekan kerja yang ada di dalam perusahaan.
6. Meningkatkan kemampuan dalam manajemen waktu.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Untuk waktu dan prosedur pelaksanaan praktik kerja magang yang dilakukan oleh penulis akan dijelaskan seperti berikut.

1.3.1 Waktu Kerja Magang

Waktu pelaksanaan kegiatan praktik kerja magang yang dilakukan oleh penulis selama 800 jam, dimulai dari tanggal 17 Maret 2023 hingga 18 Juli 2023 di Upscale secara *Work From Home* (WFH). Kegiatan praktik kerja magang dilakukan pada hari Senin hingga Minggu dengan jam masuk kerja yang fleksibel dan minimal kerja selama 8 jam perhari sesuai dengan prosedur yang dilakukan oleh perusahaan. Praktik kegiatan kerja magang tersebut dikontrol penuh dengan menggunakan aplikasi *Desktime* dan *Slack*. Penulis harus melampirkan jam masuk dan pulang kerja di aplikasi tersebut agar perusahaan dapat mengetahui jadwal yang dilakukan oleh penulis.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur pelaksanaan kegiatan praktik kerja magang yang dilakukan oleh penulis dimulai dari mendaftarkan diri lewat berbagai *website jobseeker* dan akun-akun lowongan kerja di Instagram pada bulan Januari hingga Februari 2023. Setelah itu pada tanggal 13 Maret 2023, penulis mendapatkan pesan WhatsApp dari HRD PT Talenta Sinergi Grup untuk melaksanakan proses *interview*. Proses tersebut dilaksanakan pada tanggal 15 Maret 2023 dengan Bapak Agung N, selaku HRD PT Talenta Sinergi Grup. Proses *interview* yang dilakukan secara daring di Google Meet bertujuan untuk menjelaskan seputar posisi yang penulis lamar dan jadwal kerja yang diharuskan sesuai dengan kontrak dari perusahaan. Kemudian pada tanggal 16 Maret 2023, penulis diberikan kontrak kerja magang sebagai salah satu ketentuan wajib dari perusahaan. Lalu pada tanggal 17 Maret 2023, penulis melaksanakan *on boarding* dan secara resmi mulai menjalankan aktivitas bekerja yang dibimbing oleh *Lead* dari divisi Digital Marketing, yaitu Taszia Setianingrum.

