

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

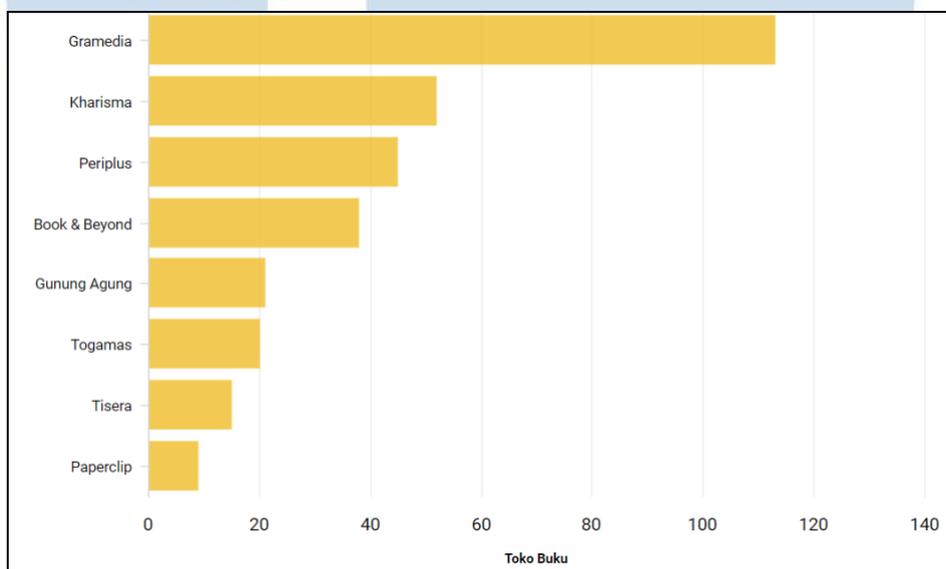
Seiring berjalannya waktu jumlah pengguna internet semakin terus bertambah, hal tersebut didorong dari perkembangan teknologi yang semakin pesat dan terjadi pandemi COVID-19. Menurut data We Are Social, pengguna internet per Januari 2023 lalu sudah mencapai 212,9 juta penduduk dan pengguna aktif media sosial sekitar 167 juta. Awalnya internet digunakan hanya untuk mencari informasi dan berkomunikasi saja, sekarang internet telah berkembang pesat menjadi pusat perdagangan dan bisnis. Perkembangan ini membuat pemasaran yang dulunya dilakukan secara tradisional kini menjadi pemasaran digital melalui konten-konten yang dipaparkan menggunakan web perusahaan, media sosial, email, aplikasi dan lainnya.



Gambar 1.0.1 Data Jumlah Pengguna Internet & Media Sosial di Indonesia 2023  
Sumber: We Are Social (2023)

Data tersebut menunjukkan bahwa banyaknya pengguna internet dan media sosial dapat menjadi peluang bagi perusahaan untuk memanfaatkan teknologi digital dalam menjalankan strategi bisnisnya. Perusahaan dapat menyebarkan

konten-konten yang dibuat dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi kepada pengguna internet. Khususnya dalam industri *retail & publishing*, yaitu Gramedia yang merupakan salah satu perusahaan ritel toko buku harus sudah mulai beradaptasi memasuki dunia pemasaran digital dengan memanfaatkan berbagai *platform* internet seperti *website*, media sosial, *e-commerce*, *e-book* dan lainnya. Secara singkat, dulunya Gramedia yang didirikan sejak 1970 hanyalah sebuah toko buku kecil di jalan Gajah Mada Jakarta, namun sekarang sudah bertransformasi menjadi cikal bakal jaringan penerbit dan ritel terbesar di Indonesia.



Gambar 1.0.2 Data Jumlah Toko Terbanyak di Indonesia  
Sumber: Databoks (2019)

Berdasarkan data yang terlampir dari Databoks (2019), terlihat bahwa Gramedia mendapatkan posisi teratas dan dinyatakan bahwa Gramedia mendominasi sebagai toko buku terbanyak di Indonesia, yaitu sudah tersebar sebanyak 113 toko buku per tahun 2019 lalu. Dari data tersebut terlihat juga bahwa Gramedia menjadi *market leader* dengan memiliki jumlah toko buku yang terbanyak diantara toko buku lain di seluruh Indonesia. Melihat data tersebut, dapat dinyatakan bahwa Gramedia lebih unggul dibandingkan para kompetitornya sehingga Gramedia menempati posisi sebagai *market leader* di bidang *retail & publishing* se-Indonesia.

Melihat gempuran teknologi yang cukup pesat ini, industri ritel khususnya pada toko buku tentu membutuhkan terobosan baru agar dapat terus bertahan di era ini, apabila tidak bisa bertahan maka akan mengalami kerugian pada bisnisnya yang akhirnya memicu untuk melakukan penutupan pada gerai bukunya, sama seperti yang dialami oleh salah satu toko buku kompetitor yang sudah berdiri sejak tahun 1953 yaitu Toko Buku Gunung Agung.

Dari data sebelumnya menunjukkan bahwa Gramedia menjadi *market leader*, walau begitu Gramedia tetap harus menjalankan strategi pemasaran yang efektif untuk tetap bisa bertahan menempati posisi teratas salah satunya dengan melakukan pemasaran digital (*digital marketing*). Sederhananya, pemasaran digital adalah strategi yang dilakukan perusahaan secara *online* menggunakan *website*, aplikasi, media sosial dan sebagainya. Berbagai metode pemasaran digital yang biasa diterapkan oleh perusahaan yaitu *content marketing*, *email marketing* dan lain-lain (Chaffey & Chadwick, 2022). Dalam hal ini, Gramedia tentu berusaha untuk mengembangkan bisnisnya melalui berbagai metode pemasaran digital marketing.

Dalam menghadapi & menjalankan terobosan baru di era digital, Gramedia dapat menerapkan metode pemasaran konten sebagai daya tarik bagi pelanggan. Pemasaran konten (*content marketing*) adalah salah satu bagian strategi pemasaran digital yang akan menciptakan suatu konten relevan & menarik baik berupa visual maupun tertulis seperti blog, video, gambar, dll yang nantinya akan dibagikan melalui berbagai *platform* digital dan ditujukan kepada target pasar suatu perusahaan untuk menarik minat para pelanggan (Rachbini, 2023). Dalam menjalankan pemasaran konten, Gramedia memanfaatkan media sosial sebagai sarana membagikan konten yang bersifat edukatif, informatif, persuasif hiburan untuk para pelanggan.

Beragam upaya yang dilakukan Gramedia selama 53 tahun terakhir dalam mengembangkan bisnisnya dengan melakukan pemasaran melalui toko buku maupun secara digital, membuat Gramedia masih bertahan sebagai *market leader* hingga sekarang. Melihat posisi Gramedia yang berhasil menjadi *market leader* di

bidang industri *retail & publishing*, hal inilah yang menjadi motivasi utama dalam melakukan praktik kerja magang sehingga bisa mendapatkan banyak pelajaran serta pengalaman di bidang literasi dan pemasaran konten.

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

Aktivitas pelaksanaan kerja magang tentunya memiliki maksud yaitu untuk menerapkan materi yang telah diajarkan selama menjalani masa perkuliahan dan tentunya untuk memenuhi syarat kelulusan. Namun, berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, pelaksanaan kerja magang ini tentunya memiliki tujuan yang spesifik yaitu:

- a. Mengasah *hard skill* khususnya pada bidang *content marketing* dengan menciptakan konten-konten menarik baik berupa tulisan maupun gambar yang bertujuan untuk mempersuasi audiens dan menjaga kelayaitasan pelanggan.
- b. Mengasah *soft skill* berupa kemampuan berkomunikasi yang dapat mempersuasi audiens, berpikir kreatif dan inovatif, meningkatkan kepercayaan diri di depan banyak orang, meningkatkan kemampuan *problem-solving* dalam menyelesaikan suatu masalah yang terjadi.
- c. Mendapatkan pengalaman bekerja di dunia profesional dan juga memperluas relasi. Memiliki hubungan baik dengan orang-orang yang sudah bekerja di dunia profesional dapat membantu dalam memperoleh pengalaman-pengalaman baru di dunia kerja.

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

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

Sesuai dengan ketentuan program magang MBKM yang telah ditentukan oleh Universitas Multimedia Nusantara yaitu 800 jam kerja atau setara dengan kurang lebih 5 bulan dengan jam kerja 9 jam per hari. Pelaksanaan magang ini telah ditetapkan dari prgoram Magang Studi Independen Kampus Merdeka Batch 5 yaitu terhitung dari tanggal 14

Agustus 2023 sampai 31 Desember 2023. Untuk waktu kerja magang, telah ditetapkan oleh perusahaan sebagai berikut:

Hari : Senin – Jumat  
Jam : 07.30 – 17.30  
Sistem kerja : Di kantor (Work From Office)

Tidak menutup kemungkinan untuk sesekali masuk di hari libur (sabtu/minggu) dan di luar jam kerja (di atas jam 17.30) ketika sedang mengadakan *event*.

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

#### **A. Proses Administrasi Kampus**

- 1) Mengikuti pembekalan magang dan skripsi yang diadakan pada bulan Juli 2023 lalu di Function Hall UMN.
- 2) Memutuskan untuk mengikuti program Internship Track 2 dan mengisi KRS pada my.umn.ac.id agar bisa ditransfer jadi 20 sks.
- 3) Mengajukan transkrip nilai untuk pengajuan KM-01 melalui google form.
- 4) Mengajukan KM-01 dan mengisi data perusahaan-perusahaan serta posisi magang yang saya lamar agar bisa terseleksi oleh kampus dan menerbitkan KM-02.
- 5) KM-01 disetujui oleh kampus dan akan diberikan KM-02 yang akan diberikan kepada perusahaan sebagai surat pengantar dari kampus.
- 6) Mengunduh formulir KM-03 (kartu kerja magang), KM-04 (lembar kehadiran kerja magang), KM-05 (lembar laporan realisasi kerja magang), KM-06 (penilaian kerja magang) dan KM-07 (verifikasi laporan magang) untuk memenuhi syarat penulisan laporan magang.

#### **B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang**

- 1) Mendaftarkan akun di Kampus Merdeka untuk mengikuti program Magang Studi Independen Kampus Merdeka Batch 5.

- 2) Mengurus berkas yang diperlukan dalam pendaftaran program MSIB Batch 5 yaitu CV, Portofolio, Surat Rekomendasi (SR) dan Surat Pernyataan Tanggung Jawab Mutlak (SPTJM).
- 3) Pendaftaran pada mitra perusahaan dibuka hingga 30 Juni 2023. Dalam periode tersebut diberikan kesempatan untuk mendaftarkan diri pada beberapa posisi & perusahaan lain yang berbeda-beda.
- 4) Mendaftarkan diri ke beberapa perusahaan termasuk perusahaan Kompas Gramedia pada 28 Juni 2023 dalam unit GORP di Marketing Communication Department posisi Content Marketing.
- 5) Mengikuti tes Kebhinekaan yang diselenggarakan oleh pihak Kampus Merdeka dan jika lolos tes Kebhinekaan akan mulai menunggu tahap rekrutmen selanjutnya.
- 6) Dihubungin oleh HR dari perusahaan Kompas Gramedia pada 21 Juli 2023 dan dinyatakan diterima melalui email dan notifikasi Kampus Merdeka pada 25 Juli 2023.
- 7) Pada 25 Juli 2023, memutuskan untuk menerima tawaran dari Kompas Gramedia sebagai Content Marketing Intern dan mulai melakukan praktik kerja magang pada 14 Agustus 2023.

### C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Praktik kerja magang dilakukan dengan posisi sebagai Content Marketing pada Departement Customer Relationship Communication pada unit Grup of *Retail & Publishing* dengan memiliki tanggung jawab untuk membantu dalam proses pemasaran melalui WhatsApp marketing & Email marketing, berkoordinasi dengan tim media sosial untuk membuat konsep konten video promosi, perancangan event gathering member Gramedia, membuat content writing & copywriting.
- 2) Selama praktik kerja magang didampingi langsung oleh Superintendent Customer Relationship & Management, yaitu Syifa Hasani Putri dan mentor kedua yaitu Agnes.

- 3) Pengisian dan penandatanganan form KM-03 sampai KM-07 dilakukan pada saat proses praktik kerja magang berlangsung dan mengajukan lembar penilaian kerja magang (KM-06) kepada Pembimbing Lapangan pada akhir periode magang.

#### D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

- 1) Proses bimbingan dalam pembuatan laporan praktik kerja magang akan dibimbing oleh Ibu Tarrence Karmelia Kontessa secara daring melalui Google Meets.
- 2) Setelah seluruh bimbingan & laporan praktik kerja magang sudah selesai, selanjutnya laporan praktik kerja magang akan diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.
- 3) Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui diajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang.

