

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berkembangnya teknologi, khususnya pada kategori digital menjadikan kehidupan masyarakat semakin melekat dengan internet dan media sosial. Kottler dan Keller dalam penelitian Anis (2018) menjelaskan bahwa media sosial merupakan suatu wadah yang digunakan masyarakat untuk saling berbagi informasi melalui pesan, gambar, atau suara. Media sosial juga dapat digunakan sebagai sarana untuk menambah pengetahuan. Hal ini dikarenakan media sosial juga bergerak dan bermanfaat dalam dunia bisnis, sosial, dan lainnya.

Bukan hanya itu, penggunaan media sosial juga dapat dimanfaatkan sebagai salah satu sarana untuk melakukan kegiatan pemasaran bagi suatu perusahaan. Dalam hal ini, kecanggihan teknologi internet dan media sosial sangat mendukung seluruh kegiatan sehari-hari yang dimana hampir seluruh aktivitas dapat dibantu oleh internet dan media sosial. Kegiatan pemasaran bagi suatu bisnis pun tidak hanya dapat dilakukan secara *offline*, namun dapat dilakukan secara *online* atau digital. Perusahaan dapat memasarkan usahanya dengan memanfaatkan fitur-fitur yang terdapat pada media sosial, yang dimana hal ini juga termasuk salah satu cara yang efektif untuk meningkatkan *insight* perusahaan.

Melihat perkembangan media sosial dan arus digitalisasi yang semakin meningkat di era sekarang ini, membuktikan bahwa adanya peranan *social media marketing* menjadi penting bagi perusahaan. Gunelius (2011) mendefinisikan *social media marketing* adalah upaya memasarkan, baik secara langsung maupun tidak langsung untuk membangun suatu merek dagang, bisnis, *personality* maupun *brand image* dengan menggunakan sarana media sosial seperti *web*, *blog*, *social networking*, dan *sharing content*. Pelaksanaan *social media marketing* menggunakan sarana media sosial yang berpotensi memaksimalkan *insight* dan memperkuat jaringan antara konsumen dan perusahaan.

Berdasarkan data dari *We Are Social*, jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 213 juta orang per Januari 2023. Jumlah ini setara 77% dari total populasi Indonesia yang sebanyak 276,4 juta orang pada awal tahun ini. Jumlah pengguna internet di Tanah Air naik 5,44% dibandingkan tahun sebelumnya (*year-on-year/yoy*). Pada Januari 2022, jumlah pengguna internet di Indonesia baru sebanyak 202 juta orang. Oleh karena itu, penerapan *social media marketing* dapat menjadi salah satu aspek yang baik bagi suatu perusahaan dalam meningkatkan penjualannya.

Hal ini dapat dibuktikan dengan pemanfaatan berbagai media yang semakin dimaksimalkan. Penggunaan internet kini tidak lagi dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai jembatan untuk mencari tahu informasi, berbagi informasi, maupun sebagai media hiburan. Lebih dari pada itu, pemanfaatan internet kini sudah semakin meluas, diantaranya adalah dapat digunakan untuk promosi hingga berjualan. Media sosial kian semakin berkembang, Instagram yang dulunya hanya sebagai tempat untuk berbagi cerita dan sebagai media hiburan, kini dapat menampilkan berbagai *video* promosi dan bahkan bisa menjadi *marketplace* untuk berjualan.

Perkembangan ini tidak hanya terjadi pada media sosial Instagram saja. Seolah tak ingin tertinggal, banyak media sosial lain juga berlomba-lomba untuk menjadi sarana promosi dan berjualan bagi masyarakat, seperti halnya Facebook, TikTok, Line @, WhatsApp business, dan masih banyak lagi. Media sosial dapat menjadi sarana yang luas dan dapat dimanfaatkan dengan maksimal apabila optimalisasi yang dilakukan terhadapnya juga maksimal. Seperti adanya penggunaan *ads* (iklan), dll. Tentu media sosial yang menjadi “*marketplace*” ini dapat juga semakin meningkatkan perekonomian masyarakat atas pemanfaatan teknologi digital.

Membahas mengenai berbagai perusahaan yang telah menerapkan *social media marketing* untuk melakukan promosi hingga berjualan, Perusahaan El's Coffee House juga termasuk ke dalam salah satunya. El's Coffee House sendiri merupakan perusahaan *food & beverages* di kota Bandar Lampung yang berdiri sejak tahun 2012. Salah satu bentuk kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh El's

Coffee House adalah dengan menerapkan *social media marketing*. Bentuk pemasaran tersebut dilakukan melalui sajian konten-konten foto ataupun *video* yang menarik dan akan diunggah melalui akun media sosial milik El's Coffee House (*El's Coffee House, 2012*). Penerapan *social media marketing* yang dilakukan oleh El's Coffee House mampu menarik antusiasme masyarakat terhadap kegiatan pemasaran yang dilakukan.

El's Coffee House mengikuti perkembangan zaman sehingga konten-konten pemasaran dari perusahaan ini dibuat dan disesuaikan dengan tren yang ada. Konten pemasaran yang terdapat pada akun media sosial El's Coffee House didasari oleh ide kreatif sehingga mampu menarik minat masyarakat. Oleh karena itu, peserta magang memilih El's Coffee House sebagai perusahaan tempat praktik kerja magang untuk dapat lebih mengerti dan memahami mengenai penerapan *social media marketing* yang dilakukan oleh suatu perusahaan

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang memiliki maksud untuk mendapatkan gambaran tentang aktivitas *social media marketing* pada perusahaan industri *food & beverages* yaitu pada PT. Sari Alami khususnya pada perusahaan El's Coffee House di Lampung. Secara khusus, aktivitas pelaksanaan magang ini memiliki beberapa tujuan untuk:

1. Menambah pengetahuan & pengalaman lebih dalam mengenai pengelolaan media sosial pada industri *food & beverages*
2. Memperoleh pengalaman bekerja profesional guna meningkatkan kesiapan dan kemampuan diri dalam dunia kerja nantinya setelah menyelesaikan pendidikan sarjana.
3. Meningkatkan *soft skill* seperti inisiatif, kreatifitas, dan kerja sama dalam suatu pekerjaan.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Secara umum, Universitas Multimedia Nusantara memiliki ketentuan prosedur program kerja magang yang telah ditetapkan kepada seluruh mahasiswa/i, yaitu minimal 100 hari kerja. Dimana, dalam hal ini penulis memiliki target waktu magang yang diberikan oleh Universitas Multimedia Nusantara yaitu 800 jam atau sama dengan 100 hari kerja, sehingga penulis diberikan waktu 4 bulan untuk bisa melakukan aktivitas magang di perusahaan El's Coffee House.

Perusahaan yang ditempati penulis untuk magang berlokasi di Jl. Salim Batubara No.134 A, Kupang Teba, Kec. Tlk. Betung Utara, Kota Bandar Lampung, Lampung 35221, Indonesia. Praktik kerja magang (*internship*) yang dijalankan telah terhitung sejak tanggal 26 Agustus 2023 sampai dengan 20 Desember 2023. Dimana hal ini telah mencukupi 100 hari kerja atau 800 jam kerja sesuai dengan panduan MBKM Magang dan sesuai dari arahan Program Studi.

Adapun data pelaksanaan praktik kerja magang yang dijalankan adalah sebagai berikut:

Tabel 1.1 Jadwal Kegiatan Magang

Hari Kerja Magang	Waktu Kerja Magang
Senin - Jumat	08.00 – 17.00 WIB
Sabtu	08.00 – 15.00 WIB

Sumber: Olahan penulis, 2023

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN via *zoom meeting*.
- 2) Mengisi KRS internship di myumn.ac.id dengan syarat telah menempuh 110 sks dan tidak ada nilai D & E. Serta me-request transkrip nilai dari

semester awal hingga semester akhir sebelum magang di www.gapura.umn.ac.id.

- 3) Memiliki kesempatan untuk mengajukan KM-01 lebih dari satu kali melalui pengisian Google Form di e-mail untuk verifikasi tempat magang yang memenuhi persyaratan dan mendapat persetujuan dalam bentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang) dari Kepala Program Studi.
- 4) Mengisi dan submit form KM-01 pada myumn.ac.id jika sudah mendapat perusahaan atau lembaga yang sesuai.
- 5) Selanjutnya, mengunduh form KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang), KM-05 (Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang), KM-06 (Penilaian Kerja Magang), KM-07 (Verifikasi Laporan Magang) untuk kebutuhan proses pembuatan laporan magang.

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

- 1) Proses pengajuan praktik kerja magang dengan mengisi form data diri pada Google Form pada tanggal 9 Agustus 2023 yang diberikan oleh pihak El's Coffee House serta mengunggah *Curriculum Vitae* (CV) dan KM-02 (Surat Pengantar Magang) ke dalam form tersebut.
- 2) Proses penerimaan praktik kerja magang di El's Coffee House dengan menerima pesan lolos seleksi melalui akun whatsapp resmi perusahaan pada tanggal 17 Agustus dan mendapat surat penerimaan praktik kerja magang pada tanggal 24 Agustus yang ditandatangani oleh HRD dari perusahaan El's Coffee House, yaitu Bapak Marcelino Wong.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai *Social Media Officer* pada Departemen Kreatif.
- 2) Penugasan dan kebutuhan informasi, didampingi langsung oleh *Head Creative Group*, Sarah Permata Sari selaku Pembimbing lapangan langsung di El's Coffee House.

- 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) Pembuatan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Arsa Widitiarsa selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan secara *online*.
- 2) Laporan praktik kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.

- E. Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui diajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang.

