

BAB I

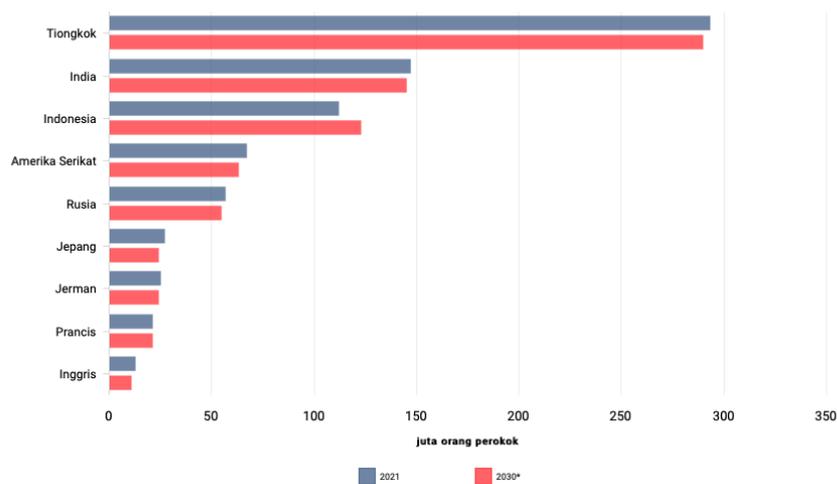
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri rokok merupakan salah satu sektor industri yang dinamis dan terus berkembang, menciptakan tuntutan yang signifikan untuk inovasi dan adaptasi terhadap perubahan tren konsumen serta teknologi. Salah satu penyebab industri rokok terus mengalami pertumbuhan yang signifikan adalah meningkatnya jumlah perokok dari tahun ke tahun.

Estimasi Jumlah Perokok di Sejumlah Negara Terpilih (2021-2030*)

databoks



*) angka estimasi

Gambar 1.1 Estimasi Jumlah Perokok di Sejumlah Negara Terpilih (2021-2030*)

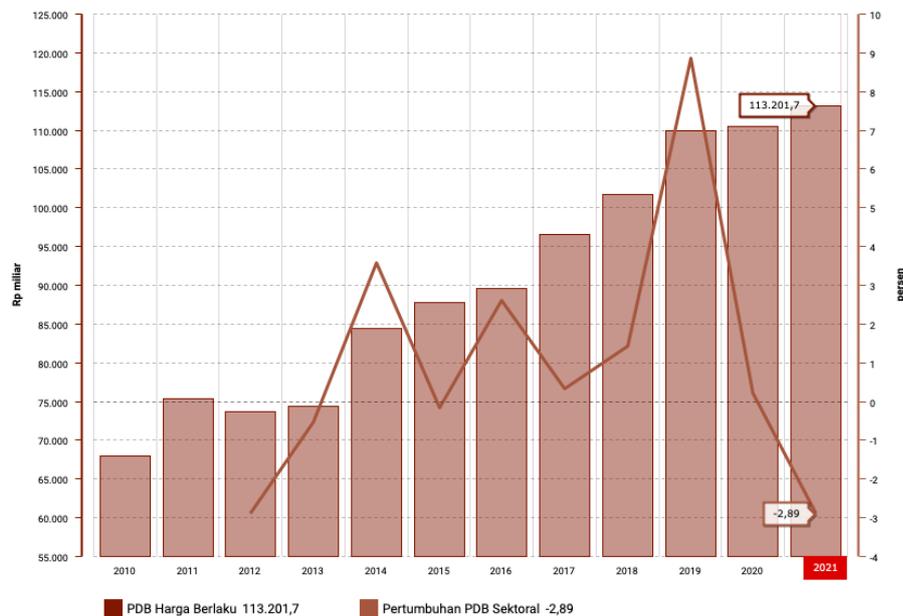
Sumber: databoks.katadata.co.id

Dalam gambar 1.1, Statista mencatat, ada 112 juta perokok di Indonesia pada 2021. Jumlahnya diproyeksikan akan bertambah menjadi 123 juta perokok pada 2030. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah perokok, terlebih di Indonesia terus mengalami peningkatan. Laporan resmi *World of Statistics* per 20 Agustus 2023 menyebut jumlah perokok di Indonesia mencapai 70,5 persen. (Widi, n.d.)

Analisis pasar menunjukkan bahwa pemasaran digital dapat menjadi kunci strategis dalam mencapai audiens yang lebih luas, terutama di era digital saat ini. Oleh karena itu, pilihan untuk mendapatkan pengalaman praktis, pilihan berfokus pada divisi Digital Marketing di perusahaan PT Bukit Muria Jaya yang merupakan salah satu perusahaan *speciality paper & packaging* dianggap sebagai peluang untuk memahami bagaimana strategi digital dapat diterapkan secara efektif dalam mendukung pertumbuhan industri ini.

Nilai dan Pertumbuhan PDB Industri Kertas dan Barang dari Kertas (2010-2021)

databoks



Gambar 1.2 Nilai dan Pertumbuhan PDB Industri Kertas dan Barang dari Kertas

Sumber: databoks.katadata.co.id

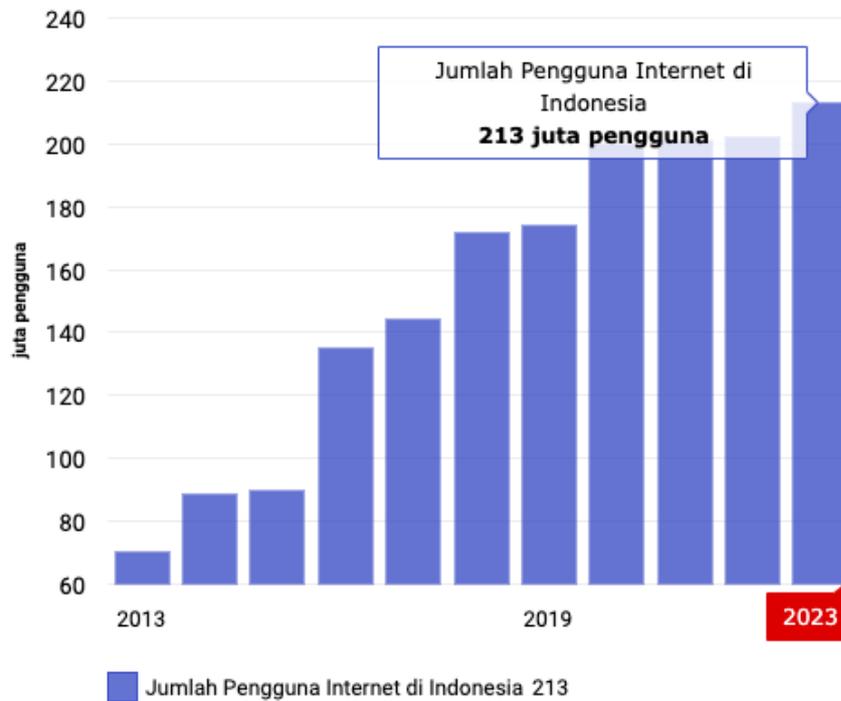
Berdasarkan gambar 1.2 dapat dilihat bahwa pertumbuhan industri kertas dan barang dari kertas dari tahun ke tahun selalu mengalami pertumbuhan. Dilansir dari (Kusnandar, databoks.katadata.co.id, n.d.), produk domestik bruto (PDB) industri kertas dan barang dari kertas atas dasar harga berlaku (ADHB) mencapai RP 113, 2 triliun pada 2021. Angka tersebut persinya mencapai 3,84% dari PDB industri pengolahan non-migas.

Hal ini dapat disimpulkan bahwa industri kertas dan barang dari kertas memiliki prospek yang cerah untuk perekonomian. Hal ini tentunya dipengaruhi dengan adanya teknologi digital yang mempercepat perkembangan bisnis. Industri rokok yang terus tumbuh mengakibatkan peningkatan permintaan untuk produk-produk pendukung, termasuk kertas rokok. PT Bukit Muria Jaya, sebagai pelaku utama dalam penyediaan kertas rokok berkualitas tinggi, menempati posisi strategis dalam menyokong pertumbuhan ini. Keputusan untuk fokus pada divisi Digital Marketing di perusahaan ini bukan hanya untuk memahami tren industri, tetapi juga untuk mengeksplorasi bagaimana pemasaran digital dapat mendukung peningkatan kehadiran dan citra merek perusahaan dalam menghadapi dinamika pasar yang cepat.

Dengan keahlian dalam menyediakan kertas rokok yang memenuhi standar industri, PT Bukit Muria Jaya memiliki peluang besar untuk memanfaatkan pemasaran digital sebagai alat untuk mempertahankan dan memperluas pangsa pasar. Digital marketing berperan untuk mengeksplorasi cara-cara baru dalam mempertahankan dan meningkatkan keunggulan bersaing di era digital.

Kertas rokok bukan hanya sebagai media pengemas tembakau, tetapi juga memiliki peran penting dalam menciptakan pengalaman merek bagi konsumen. PT Bukit Muria Jaya sebagai produsen kertas rokok memiliki tanggung jawab untuk memahami bagaimana pemasaran digital dapat memberikan wawasan tentang strategi pemasaran yang dapat meningkatkan citra merek melalui platform digital.

Pada zaman sekarang, perkembangan teknologi internet di Indonesia sudah semakin berkembang dan mengalami kemajuan serta peningkatan secara signifikan dari tahun ke tahun. Peningkatan penggunaan teknologi internet tentunya memberikan dampak yang besar bagi Indonesia untuk berbagai sektor. Peningkatan penggunaan teknologi dibuktikan dengan adanya data.



Gambar 1.3 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia

Sumber: We Are Social,

2023

Gambar 1.3 dapat membuktikan bahwa selalu terjadi peningkatan penggunaan internet di Indonesia setiap tahunnya. Hal tersebut menggambarkan bahwa penerimaan perkembangan teknologi digital di Indonesia sangat terbuka dan cepat didukung oleh semakin gencarnya pembangunan telekomunikasi di Indonesia ke seluruh daerah oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo). Maraknya penggunaan internet di Indonesia menyebabkan cepatnya arus penyebaran informasi. Hal ini tentunya memiliki dampak positif untuk berbagai bidang, terutama dalam bidang bisnis yang berpengaruh pada perekonomian di Indonesia.

Bisnis digital lebih berpotensi untuk maju karena didukung juga dengan pengguna internet di Indonesia yang terus meningkat setiap tahunnya. Bahkan,

berdasarkan Kementerian Keuangan RI, ekonomi digital menjadi penggerak utama perekonomian di Indonesia.

PT Bukit Muria Jaya merupakan salah satu perusahaan industri manufaktur kertas dan barang dari kertas yang telah berdiri sejak tahun 1989. Target market yang dituju adalah menengah ke atas. PT Bukit Muria Jaya juga telah memanfaatkan teknologi digital dalam mengembangkan bisnisnya, hal tersebut dapat dibuktikan dengan adanya divisi Digital Marketing yang melakukan promosi melalui media digital.

Digital marketing sendiri merupakan sebuah kegiatan pemasaran dan promosi melalui media digital atau online. Praktik kegiatan pekerjaan Digital Marketing Internship di PT Bukit Muria Jaya adalah memikirkan ide konten yang akan di promosikan di media sosial seperti Instagram, Facebook, dan juga Tiktok, membuat content calendar, membuat editorial plan, memposting konten harian atau mingguan yang telah dijadwalkan, membuat caption untuk konten yang akan diunggah dan membuat analisis terkait *output* dari konten yang telah dibuat.

Digital marketing memiliki peran penting bagi perusahaan, yang pertama adalah sebagai media promosi secara digital dengan tujuan membangun komunikasi, agar lebih interaktif dengan konsumen. Selain itu, fungsi lainnya adalah untuk meningkatkan *brand awareness*, sehingga perusahaan juga dapat menumbuhkan kepercayaan pelanggan karena brand tersebut telah dipercaya oleh masyarakat luas dan juga konsumen. Dikarenakan semuanya serba digital, maka hampir semua orang mencari segala sesuatu melalui internet. Sehingga digital marketing merupakan suatu hal yang penting bagi sebuah bisnis (Hanindo Communication, 2021).

Melalui kegiatan magang di PT Bukit Muria Jaya, diharapkan memperoleh pemahaman mendalam tentang bagaimana pemasaran digital dapat diterapkan secara khusus dalam konteks perusahaan industri rokok. Dengan melibatkan diri dalam strategi pemasaran yang inovatif, diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti terhadap visi dan misi perusahaan ini dalam menghadapi tantangan dan peluang di era digital.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Dengan mengikuti kegiatan kerja magang di PT Bukit Muria Jaya sebagai digital marketing intern, selain dilaksanakan sebagai syarat kelulusan S1, kegiatan kerja magang juga memiliki tujuan lain, diantaranya:

1. Mendapatkan pengalaman industri dan memahami dinamika industri rokok.
2. Membangun jaringan profesional.
3. Menerapkan pengetahuan akademis yang telah dipelajari dalam dunia nyata.
4. Mengimplementasikan kemampuan dan pengetahuan dengan mengasah *softskill* dan *hardskill* selama program magang.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Program kerja magang dilaksanakan selama total 800 jam kerja sesuai dengan Panduan MBKM Magang Track 2 dan sesuai dengan arahan dari Program Studi. Program kerja magang di PT Bukit Muria Jaya dimulai dari tanggal 28 Agustus 2023 sampai 29 Desember 2023.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

1. 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.
2. Mengisi dan submit form KM-01 pada myumn.ac.id jika sudah mendapat perusahaan atau lembaga yang sesuai.
3. 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 Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

1. Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai Digital Marketing Intern pada divisi *commercial*.
2. Penugasan dan kebutuhan informasi, didampingi langsung oleh Manager Brand Marketing, Yohanes Priatama dan *Supervisor Digital Marketing* Muhammad Anwar selaku Pembimbing Lapangan.
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 periodemagang.

C. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

1. Pembuatan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Irwan Fakhruddin selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan Google Meet.
2. Laporan praktik kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.

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

