

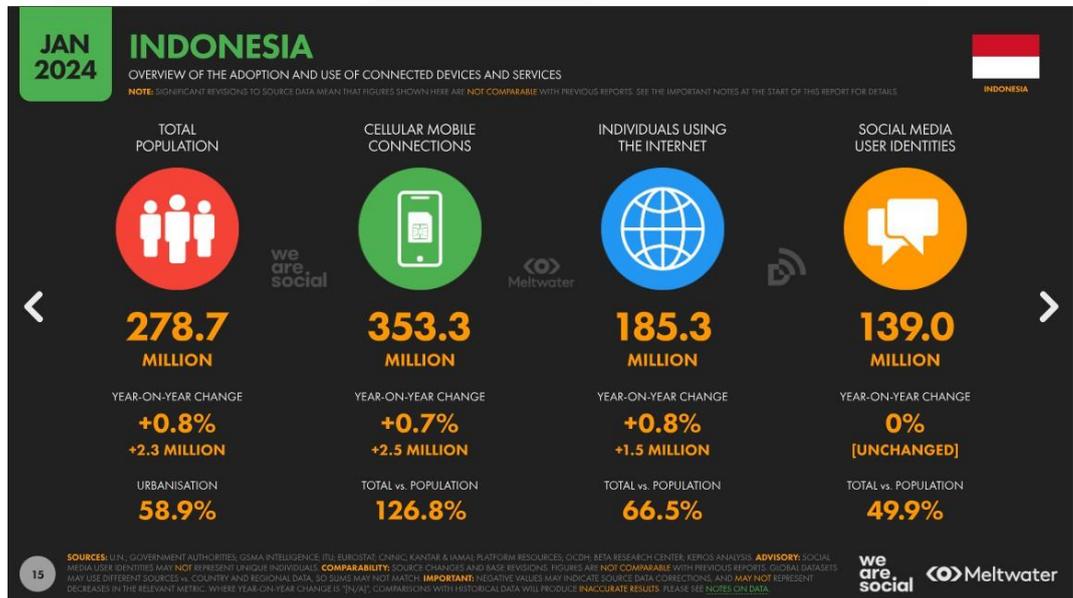
# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Perkembangan teknologi yang pesat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap aspek kehidupan. Dalam perkembangan teknologi tersebut memberikan dampak secara langsung maupun tidak langsung ke berbagai faktor merubah tata cara manusia berperilaku seperti melakukan segala hal menjadi arah digitalisasi. Dalam hal ini perkembangan yang terjadi memberikan perubahan yang cukup baik terhadap tata cara berkomunikasi. Dalam hal ini perkembangan teknologi juga pastinya memberikan berbagai kemudahan dalam kegiatan yang dilakukan manusia seperti menggunakan social media sebagai perantara untuk menjual produk maupun jasa ke khalayak luas.

Dalam keberhasilan suatu perusahaan pastinya membutuhkan divisi marketing atau pemasaran yaitu suatu kegiatan atau aktivitas yang bertujuan untuk memasarkan berbagai produk maupun jasa yang dimiliki oleh perusahaan. Dalam hal ini Marketing Online merupakan suatu kegiatan pemasaran yang memang berjalan pada biasanya (marketing offline) tetapi yang menjadi hal pembeda pada marketing online ini adalah kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan tersebut menggunakan media teknologi yaitu internet yang tersambung untuk dapat menggunakan media sosial sehingga dapat menjual berbagai produk maupun jasa yang dimiliki oleh perusahaan. Dalam hal ini perkembangan marketing online terus meningkat sejak tahun 2020 dikarenakan terdapatnya pandemi Covid-19 yang mengharuskan semua manusia dari berbagai belahan dunia diwajibkan untuk tidak melakukan aktifitas diluar rumah.

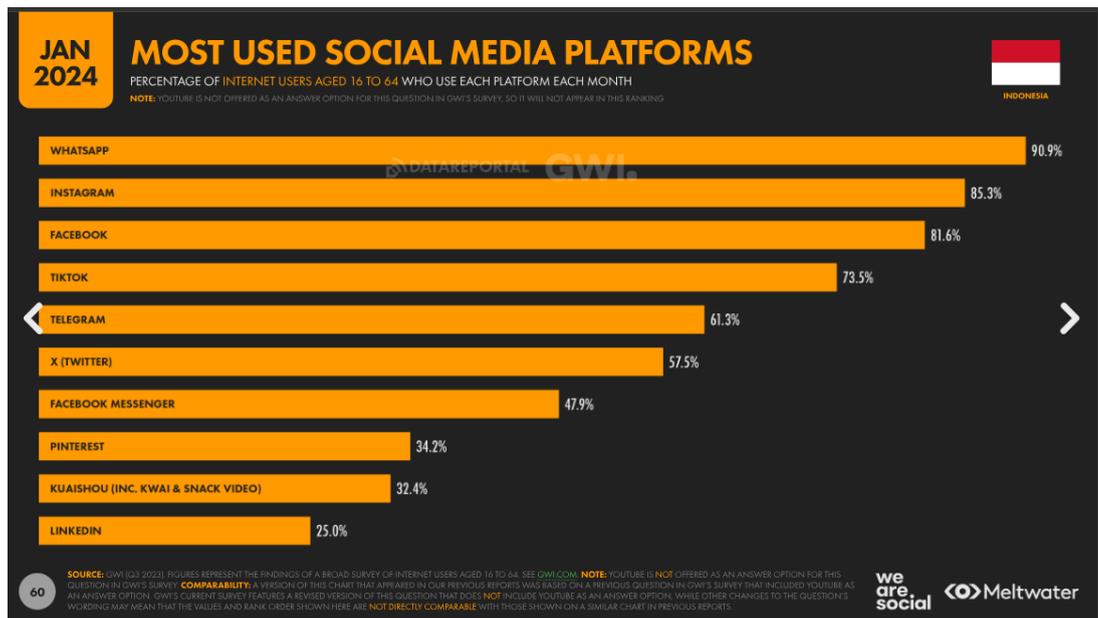


Gambar 1. 1 Populasi dan pengguna internet di Indonesia

Sumber: datareportal.com (we are social)

Berikut merupakan data hasil survey mengenai populasi dan pengguna internet di Indonesia. Melalui data survey ini dapat diketahui bahwa orang Indonesia memiliki total populasi 278.7 juta dan memiliki lebih dari 1 smartphone yang terjaln dalam sambungan internet dan menggunakan internet.

Sehingga melalui hal ini pastinya populasi yang tersambung tersebut menggunakan aplikasi yang tersambung pada teknologi internet dan dapat disimpulkan juga bahwa orang-orang pastinya menggunakan tidak hanya untuk mencari informasi, tetapi terdapat suatu kemungkinan dimana para orang yang menggunakan smartphone tersebut untuk melakukan pekerjaan bisnis maupun yang lainnya.

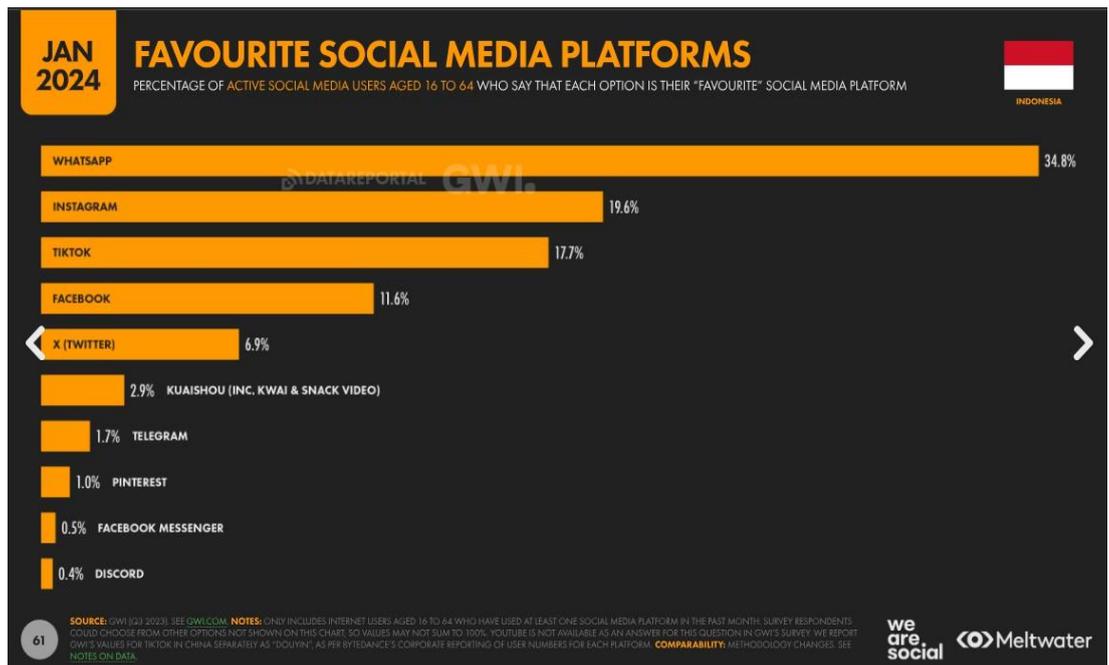


Gambar 1. 2 Platform media social yang paling banyak digunakan

Sumber: datareportal.com (we are social)

Berikut merupakan data hasil survey mengenai platform media sosial yang paling banyak digunakan oleh para pengguna internet di Indonesia yaitu aplikasi Whatsapp (90.9%), Instagram (85.3%), Facebook (81.6%), Tiktok (73.5%), dan Telegram (61.3%).

Sehingga melalui data hasil survey tersebut, dapat disimpulkan bahwa para pengguna internet lebih sering menggunakan aplikasi whatsapp untuk digunakan sebagai tempat pertukaran informasi dengan para teman maupun dengan keluarga, sedangkan untuk instagram dapat dijadikan sebagai peluang untuk dapat berkembang dalam menjual suatu produk dan instagram sendiri digunakan untuk aplikasi hiburan, facebook juga dapat digunakan sebagai salah satu tempat untuk peluang bisnis dalam menawarkan produk maupun layanan yang dimiliki suatu perusahaan maupun bisnis, Tiktok pada zaman sekarang merupakan suatu aplikasi yang dapat digunakan juga sebagai salah satu peluang untuk menawarkan produk dan layanan yang dimiliki oleh suatu perusahaan maupun bisnis dalam bentuk video (sehingga dengan adanya influencer akan sangat membantu menaikkan branding produk dalam aplikasi tiktok).



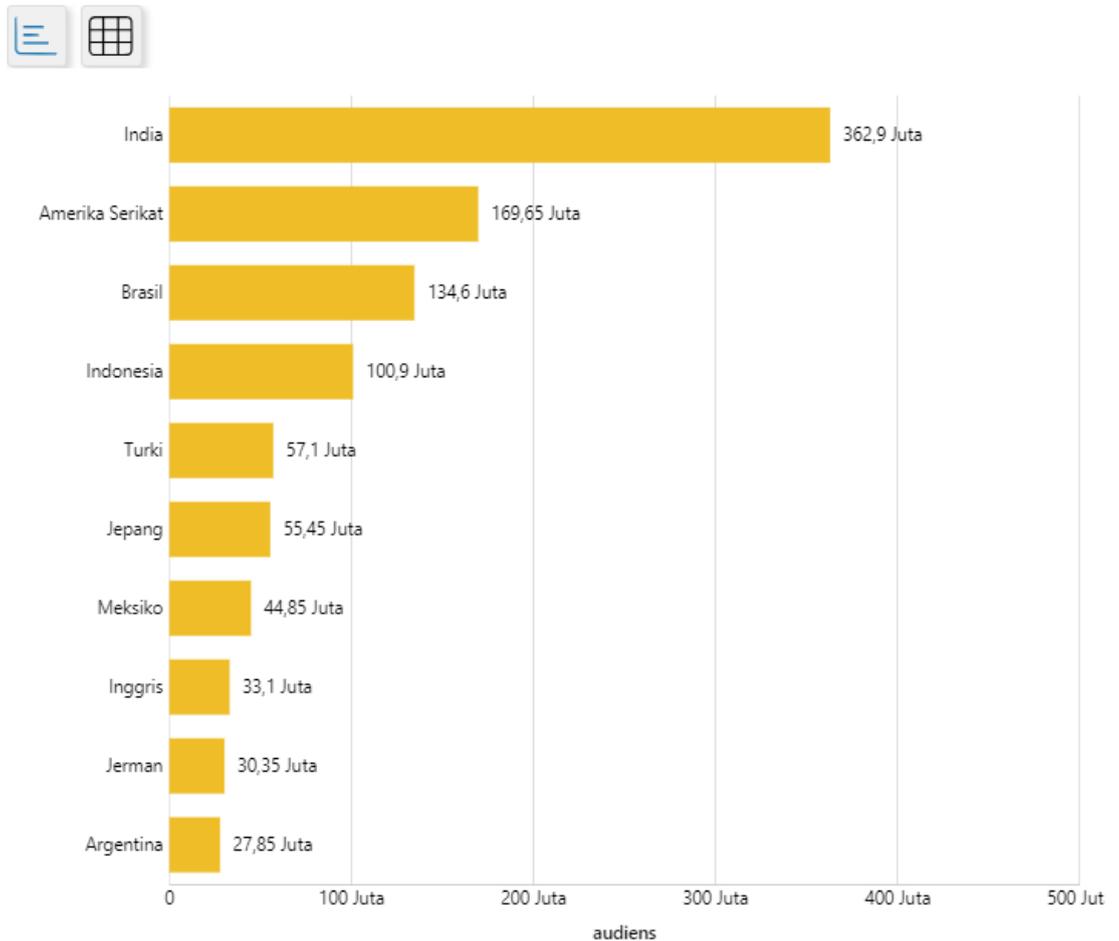
Gambar 1. 3 Platform media social terfavorit

Sumber: datareportal.com (we are social)

Berikut merupakan data hasil survey mengenai platform media sosial yang paling favorit digunakan oleh para pengguna internet di Indonesia yaitu WhatsApp (34.8%), Instagram (19.6%), TikTok (17.7%), Facebook (11.6%), X/Twitter (6.9%). Dalam hal ini aplikasi tersebut dapat digunakan sebagai salah satu tempat pemasaran online dan pastinya akan memberikan keuntungan yang cukup maksimal karena banyak orang yang menggunakan aplikasi tersebut dalam kegiatan sehari-hari. Dalam hal ini peran influencer pastinya juga sangat penting untuk mempromosikan berbagai produk dan jasa yang dimiliki oleh suatu perusahaan.

Dalam hal ini melalui berbagai data di atas tersebut dapat diketahui bahwa orang Indonesia rata-rata memiliki dan menggunakan media sosial sebagai kegiatan sehari-hari, melalui hal tersebut pastinya akan menghabiskan waktu untuk mengeksplorasi berbagai informasi, dalam hal ini pastinya merupakan peran yang cocok untuk dijalankan oleh para influencer dalam menyebarkan informasi yang lebih efektif.

## 10 Negara dengan Jangkauan Iklan Instagram Terluas (Januari 2024)



Gambar 1. 4 Negara dengan jangkauan iklan Instagram terluas

Sumber: databoks.com

Berikut merupakan data hasil survey mengenai 10 Negara dengan jangkauan iklan Instagram terluas. Dapat diketahui melalui data di atas tersebut yaitu Indonesia berhasil masuk menjadi 5 besar dengan tipe jangkauan iklan Instagram yang luas. Dalam hal ini Indonesia berada di peringkat ke-4 dengan perolehan 100,9 juta audiens. Sehingga dengan hal ini dengan menerapkan marketing online (pemasaran online) pastinya akan memberikan dampak yang baik.

Dalam hal ini peran influencer pastinya sangat memberikan dampak yang cukup besar kepada para pengikutnya. Dalam hal ini menurut Hariyanti & Wirapraja (2018:141) Influencer merupakan suatu orang yang terkenal dan banyak pengikut

di media sosial yang pastinya dengan segala informasi apapun yang disampaikan oleh orang ini dapat memberikan suatu pengaruh terhadap tindakan maupun keputusan dari para pengikutnya tersebut. Dalam hal ini Menurut Eliza & Sinaga (2018) menyebutkan bahwa terdapat indikator yang harus dimiliki oleh para influencer yaitu berupa memiliki suatu keahlian dalam memiliki dan menguasai produk (*expertise*) sehingga dengan keahlian yang dimiliki secara natural oleh para influencer tersebut dapat memberikan suatu rasa yakin dari pada pengikutnya selain hal tersebut influencer juga harus memiliki keahlian mengenai pemilahan produk yang baik dan tidak baik untuk diinformasikan, selanjutnya adalah mengenai dapat memberikan suatu perilaku yang dapat menampilkan suatu kepercayaan produk yang diinformasikan sehingga mempengaruhi merek yang baik, dalam hal ini influencer harus memberikan berbagai informasi yang dapat memberikan kepercayaan kepada pengikutnya mengenai layanan tersebut tanpa berbohong (*trustworthiness*) dan memiliki suatu cara dalam menarik berbagai pengikutnya dengan cara yang baik (*attractiveness*).

Sehingga dalam hal ini influencer/KOL pastinya memiliki peran yang penting dalam keberlangsungan suatu perusahaan maupun merek. Dalam hal ini biasanya para perusahaan bekerjasama dengan para influencer/KOL untuk memberikan *brand awareness* kepada para masyarakat mengenai produk maupun jasa yang dimiliki oleh perusahaan tersebut. Dengan adanya bantuan kerjasama dari influencer tersebut perusahaan juga berharap dapat menaikkan penjualan dan memberikan citra yang baik terhadap produk maupun merek.

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

Dalam hal ini Penulis melakukan kerja magang sebagai salah satu syarat agar dapat lulus dalam mata kuliah khusus untuk internship/magang. Dalam hal ini selain untuk lulus mata kuliah internship ini, Penulis juga melakukan kerja magang agar memiliki pengalaman kerja mengenai materi yang sudah pernah dipelajari melalui semester sebelumnya dan dapat mengimplementasikannya dalam dunia kerja. Sehingga dalam hal ini secara tidak langsung Penulis dapat mengetahui bahwa materi yang telah dipelajari sebelumnya melalui perkuliahan berfungsi di dunia kerja dan sesuai dengan apa yang seharusnya sehingga melalui hal ini tidak hanya memiliki suatu ilmu saja tetapi memiliki pengalaman yang sesuai dengan materi yang dimiliki. Selain pengalaman dan pembelajaran, Penulis juga melakukan kerja magang agar dapat memiliki jaringan yang baik dalam bekerja sehingga secara tidak langsung dapat memiliki suatu penentuan yang baik kedepannya setelah lulus, dan Penulis juga pastinya dapat mengetahui kekurangan/kelemahan Penulis dan dapat mengasah keterampilan Penulis agar dapat menjadi lebih baik. Melalui kerja magang Penulis juga dapat mengetahui bahwa materi/ilmu yang telah dipelajari melalui perkuliahan memiliki fungsi penting dalam keberlangsungan Penulis melaksanakan kegiatan kerja magang.

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

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

Dalam hal ini Penulis diwajibkan dari pihak kampus yaitu Universitas Multimedia Nusantara untuk melakukan program kerja magang selama 640 Jam kerja.

Keterangan Magang Kerja:

1. Nama Perusahaan : PT Indohotama Sejati (Indohose)
2. Alamat Perusahaan : Jalan Griya Utama Komplek Puri Mutiara Blok A.63 - 65, Sunter Agung, Jakarta Utara.
3. Hari Kerja : Senin - Jumat

4. Jam Kerja : 08.00 - 17.00
5. Tipe Kerja : Full WFO (Work From Office)
6. Posisi Kerja : KOL Specialist
7. Waktu Pelaksanaan : 22 Januari 2024 - 22 Juli 2024

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

Dalam hal ini sebelum Penulis melakukan kerja magang pastinya melakukan berbagai prosedur untuk pelaksanaan kerja magang, yaitu:

- a. Penulis membuat CV dan melakukan pengiriman CV ke PT Indohotama Sejati (Indohose)
- b. Penulis masuk tahap seleksi yaitu dengan cara mengikuti jadwal wawancara secara offline yang dilakukan di kantor dengan Ibu Aneng dan Ibu Jessica
- c. Penulis mendapat pesan dari perusahaan Indohose bahwa lolos dan diterima untuk kerja magang di perusahaan tersebut selama 6 bulan
- d. Penulis mengisi informasi diri dan informasi perusahaan melalui [merdeka.umn.ac.id](http://merdeka.umn.ac.id)
- e. Penulis mendapatkan surat mengenai keterangan diterima di tempat kerja tersebut yang berasal dari kantor
- f. Penulis memberikan surat mengenai keterangan diterima sesuai dengan posisi kerja di [website merdeka.umn.ac.id](http://website.merdeka.umn.ac.id)
- g. Penulis bekerja sesuai dengan job desc yang seharusnya dilakukan dan mengisi daily task melalui [website merdeka.umn.ac.id](http://website.merdeka.umn.ac.id)
- h. Penulis membuat laporan magang yang dibimbing oleh Pak Anas sebagai dosen pembimbing