

# BAB I

## PENDAHULUAN

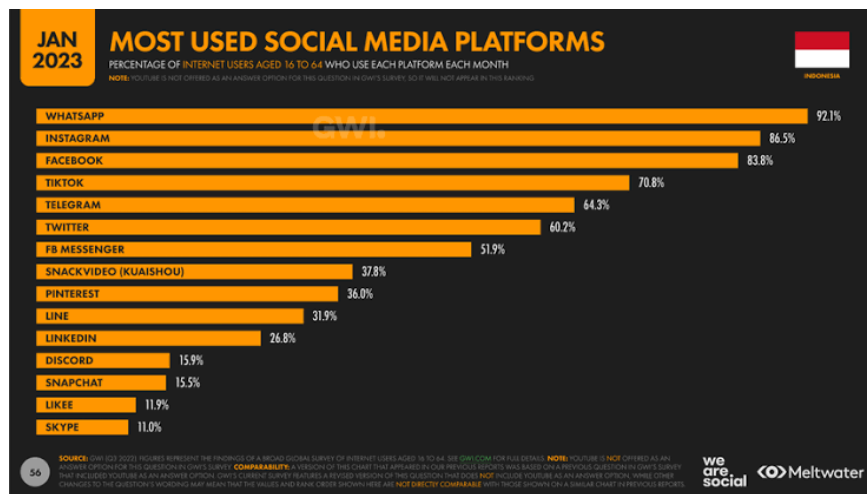
### 1.1. Latar Belakang

Saat ini media sosial mengalami perkembangan yang sangat pesat. Media sosial memberikan akses yang mudah dan luas ke internet sehingga memungkinkan setiap manusia di dunia untuk dapat terhubung dan berinteraksi. Melalui media sosial, manusia dapat mengumpulkan maupun menyebarkan segala informasi di seluruh dunia hanya dengan menggunakan *gadget* dan jaringan internet.

Media sosial sendiri diartikan sebagai sarana komunikasi, kolaborasi, dan pengembangan yang didukung teknologi antara individu dan kelompok (Tuten dan Solomon, 2018).

Sedangkan menurut Carr dan Hayes (2015), media sosial adalah perantara komunikasi berbasis internet yang terus membina interaksi antar pengguna dan memungkinkan pengguna untuk secara selektif menampilkan dirinya kepada khalayak yang dipilih atau luas, dapat disajikan secara *real-time* atau *asynchronous*. Nilai diperoleh dari konten buatan pengguna dan pengakuan diperoleh dari interaksi dengan pengguna lain.

Melalui kedua definisi diatas dapat diambil kesimpulan bahwa media sosial adalah sarana komunikasi yang berbasis internet yang dapat menghubungkan pengguna di seluruh dunia untuk dapat berinteraksi maupun bertukar informasi. Maka dari itu, media sosial dapat menjadi salah satu sarana dalam pemasaran karena penyebaran informasi melalui media sosial dapat dicakup oleh masyarakat luas. Para pengguna media sosial juga mempunyai akses terhadap informasi tanpa harus memikirkan jarak fisik ataupun perbedaan zona waktu.



Gambar 1.1 Platform Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan (2023)

Sumber: andi.link (2023)

Data diatas menunjukkan tentang penggunaan sosial media di Indonesia pada tahun 2023. Penggunaan sosial media yang paling banyak ditunjukkan oleh whatsapp, instagram dan facebook. Menjadi media sosial dengan urutan kedua yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, Instagram menjadi pilihan bagi penulis untuk menjadi media promosi utama dari Ngecass. Melalui instagram, bisnis dapat membangun brand awareness dan brand image kepada masyarakat.

Ngecass merupakan perusahaan yang bergerak di bidang teknologi. Ngecass merupakan aplikasi yang memuat peta berisi titik pengisian daya khusus kendaraan listrik di Indonesia. Saat ini banyak aplikasi yang menyediakan informasi tentang SPKLU namun masih terpisah sesuai merek masing-masing dan terkadang aksesnya masih susah dan kurang efektif. Ngecass akan memberikan kemudahan kepada pemilik kendaraan listrik dengan memberikan akses terpadu ke berbagai penyedia stasiun pengisian daya sesuai tipe mobil dan tipe charger yang cocok, mengurangi kerumitan dalam mencari, memilih, dan membayar untuk pengisian daya mereka. Ngecass dibuat oleh penulis dan tim penulis di dalam program magang di perusahaan Skystar Ventures. Program ini mengajak

mahasiswa untuk membangun sebuah ide bisnis yang menarik untuk kemudian secara bertahap akan dikembangkan dan direalisasikan.

Latar belakang dari pembuatan ide bisnis Ngecass ini adalah jumlah kendaraan listrik yang semakin meningkat didukung dengan dikeluarkannya Peraturan Presiden 55/2019 tentang kendaraan listrik berbasis baterai. Perpres iDat55/2019 ini telah mendorong perkembangan populasi kendaraan listrik meningkat pesat di Indonesia.

Salah satu infrastruktur pendukung dari kendaraan listrik adalah stasiun pengisian daya. Setiap kendaraan listrik juga membutuhkan pengisian daya seperti halnya kendaraan berbahan bakar bensin membutuhkan pom bensin. Maka dari itu, peningkatan kendaraan listrik ini juga harus didukung oleh peningkatan stasiun pengisian daya.

Saat ini memang sudah cukup banyak SPKLU yang dijumpai di jalan namun masyarakat terkadang masih bingung karena belum ada petunjuk pasti terkait keberadaannya. Hal itu membuat tim penulis berinisiatif untuk mempermudah masyarakat pengguna kendaraan listrik khususnya mobil listrik untuk dapat mencari SPKLU terdekat melalui aplikasi Ngecass.

Dalam tim, penulis memiliki peran sebagai *Chief Marketing Officer*. Penulis bertanggung jawab dalam melakukan pemasaran bisnis supaya *brand* Ngecass dapat dikenal oleh masyarakat luas. Sebagai bisnis start-up, bagian pemasaran sangat penting supaya bisnis bisa bertumbuh dan bersaing di pasar. Oleh karena itu, penulis memilih fokus pemasaran melalui media sosial (*social media marketing*).

*Social Media Marketing* adalah teknologi terbaru dari perkembangan-perkembangan web baru berbasis internet yang memungkinkan semua orang berinteraksi, membentuk jaringan online, berbagi, dan berpartisipasi untuk menyebarkan konten secara individual. Zarella (2010) menegaskan bahwa Pemasaran Media Sosial merupakan pendekatan baru dalam industri media,

karena memanfaatkan kekuatan platform jejaring sosial di mana individu terlibat dalam komunikasi offline dan online dengan teman-teman mereka.

Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein, pemasaran media sosial digambarkan sebagai kumpulan aplikasi berbasis web yang selaras dengan prinsip dan teknologi Web 2.0, memfasilitasi pembuatan dan berbagi konten oleh pengguna. Web 2.0 adalah dasar *Social Media Marketing* untuk menjadi platform. Menggambar dari definisi tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa *Social Media Marketing* berfungsi sebagai platform yang memungkinkan pengguna untuk dengan mudah terlibat dalam komunikasi, partisipasi aktif, berbagi konten, dan pembuatan konten, mendorong pengembangan jaringan online yang saling berhubungan.

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

Praktik kerja magang di sebagai *Chief Marketing Officer* dalam Tim Ngecass di Perusahaan Skystar Ventures yang dilakukan oleh penulis merupakan salah satu syarat kelulusan perkuliahan. Dengan mengikuti program magang di Perusahaan Skystar Ventures, penulis berharap akan belajar untuk:

1. Memahami cara membuat dan menjalankan sebuah bisnis yang baik sesuai dengan standar kerja untuk mencapai kesuksesan bisnis.
2. Melatih *hardskill* penulis untuk dapat melakukan marketing yang baik dengan mengembangkan konten sosial media yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan.
3. Melatih *softskill* penulis untuk dapat bekerja di dalam tim, berpikir secara kritis dan kreatif, hingga kemampuan berkomunikasi yang baik dan *public speaking*.

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

Berdasarkan ketentuan dari Universitas Multimedia Nusantara yang telah diberikan kepada mahasiswa/i untuk harus menempuh minimal sebanyak 800 jam kerja, penulis melakukan program magang atau MBKM Kewirausahaan di Perusahaan Skystar Ventures yang dimulai dari tanggal 1 Februari 2024 hingga 31 Mei 2024, berjumlah sekitar 100 hari kerja. Berikut prosedur pelaksanaan magang yang dilakukan oleh penulis:

#### **1. Pendaftaran Magang**

Pendaftaran dilakukan oleh penulis pada awal bulan desember pada saat Perusahaan Skystar ventures membuka pendaftaran program magang bagi mahasiswa yang mempunyai bisnis startup. Pendaftaran dilakukan dengan mengisi google form dengan perwakilan ketua kelompok karena pendaftaran magang dilakukan berkelompok tim bisnis.

#### **2. Pelaksanaan Magang**

Pelaksanaan Magang dimulai pada hari Kamis tanggal 1 Februari 2024 dengan acara pembukaan (Kick-Off) di Universitas Multimedia Nusantara yang menandakan program magang di Perusahaan Skystar Ventures resmi dimulai. Jadwal pelaksanaan magang yang telah ditentukan adalah sebagai berikut:

Hari : Senin - Jumat

Waktu Kerja Efektif : 08.00 - 18.00

Jam kerja di atas tidak menutup kemungkinan bagi penulis untuk melaksanakan praktik kerja magang di luar jam kerja (lembur), seperti pada hari Sabtu dan Minggu atau hari libur lainnya, tergantung kebutuhan perusahaan.