

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era digital saat ini, teknologi mengalami perkembangan yang begitu pesat dan cepat. Maka dari itu, semua orang harus mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar tidak tertinggal. Layaknya manusia, perusahaan juga perlu sadar dan harus mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi agar dapat bertahan dan eksis. Dengan memanfaatkan teknologi digital perusahaan dapat melakukan salah satu aktivitas yang dapat menguntungkan baik untuk promosi maupun membangun citra perusahaan melalui komunikasi pada konten di media sosial. Perusahaan atau *brand* dapat berkomunikasi dengan audiens secara *online* melalui bentuk konten yang sesuai dengan target yang tepat (Amalia, 2020).

Salah satu cara untuk mempromosikan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan adalah dengan melakukan aktivitas *digital marketing* melalui bentuk konten yang dapat menjangkau audiens secara luas dan cepat. *Digital marketing* atau pemasaran digital adalah salah satu cara perusahaan atau *brand* berkomunikasi kepada audiens dengan memanfaatkan internet dan media sosial sebagai media yang mampu membuat calon konsumen tertarik menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan (Sari, Pebrianggara, & Oetarjo, 2021).

Salah satu *platform* dari *digital marketing* adalah media sosial. Media sosial adalah sebuah *platform* digital yang membiarkan pengguna untuk membuat dan membagikan isi konten ke sesama pengguna dengan mudah (Liedfray, Waani, & Lasut, Vol 2. No. 1 2022). Saat ini *platform* media sosial yang tepat untuk sebuah *brand* melakukan strategi kampanye adalah *Tiktok* dan *Instagram*. Kedua aplikasi tersebut memiliki jumlah pengguna terbanyak dibandingkan *platform* lain. Rata-rata pengguna *tiktok* adalah Gen Z yang mampu mengikuti *trend* dengan cepat dan mudah beradaptasi sedangkan rata-rata pengguna aktif *instagram* adalah Gen Y. Berdasarkan jumlah pengguna tersebut dapat mempermudah suatu *brand* dalam membuat segmentasi dalam strategi kampanye.



Gambar 1.1 Data pengguna aktif media sosial di Indonesia
Sumber: (Data Indonesia, 2023)

Berdasarkan data pada gambar 1.1 mengenai data pengguna aktif media sosial di Indonesia pada tahun 2015-2023 mencapai 167 juta jiwa dengan rata-rata penggunaan media sosial selama 3 jam dalam satu hari. Berdasarkan data tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa peningkatan jumlah pengguna media sosial menjadi peluang bagi perusahaan untuk melakukan strategi pemasaran melalui digital untuk mengkomunikasikan produk atau jasa yang ditawarkan dengan cara mengedukasi, memberikan informasi, berinteraksi, dan menghibur audiens secara luas melalui pembuatan konten yang tepat. Hal tersebut menjadi salah satu alasan mengapa peran *Social Media Specialist* menjadi sangat penting dalam industri kreatif khususnya *digital marketing* pada proses pelaksanaan kerja magang di Noni Kolektif.

Dengan tingkat persaingan yang begitu tinggi dan juga perkembangan yang pesat menjadi salah satu alasan mengapa seorang mahasiswa harus mengikuti pelaksanaan kerja magang agar mereka mampu bersaing di dunia kerja ketika sudah lulus dari Universitas.



Gambar 1.2 Data pengangguran lulusan universitas

Sumber: (Katadata, 2019)

Berdasarkan data pengangguran lulusan universitas yang meningkat pada gambar 1.2 salah satu penyebab utama mahasiswa menjadi pengangguran setelah lulus adalah keterampilan tidak sesuai dengan kebutuhan. Ini menandakan bahwa nilai saja tidak cukup untuk mendapatkan pekerjaan.

Dalam proses pelaksanaan kerja magang mahasiswa dapat mendapatkan pengetahuan dan pengalaman baru mengenai dunia kerja, serta dapat meningkatkan *skill* yang dibutuhkan oleh perusahaan. Penulis merasa banyak pembelajaran yang tidak didapatkan di perkuliahan. Namun, didapatkan selama pelaksanaan kerja magang.

Skill menjadi salah satu faktor utama dalam dunia kerja. Penulis berpendapat bahwa seseorang dapat meningkatkan *value* apabila memiliki *skill* baik *soft skill* maupun *hard skill* yang tinggi dan kompeten di bidangnya. Dalam proses pelaksanaan kerja magang seseorang akan diberikan arahan secara langsung apa keahlian yang diperlukan dan bagaimana cara meningkatkannya. Dengan ini orang tersebut dapat melatih dan mengetahui bidang apa yang menjadi keahlian utamanya.

Pengalaman kerja juga menjadi faktor dalam dunia kerja. Salah satu yang dicari dari perusahaan terhadap karyawan adalah pengalaman kerja. Hal tersebut dikarenakan seseorang yang sudah punya pengalaman atau pernah bekerja memiliki kompetensi dan *value* yang lebih tinggi, serta memiliki kemampuan untuk berpikir kritis untuk memberikan solusi yang tepat.

Pelaksanaan Kerja Magang juga sangat penting karena dapat memberikan gambaran kepada mahasiswa seperti apa dunia kerja dan bagaimana cara bekerja yang sesuai dengan prosedur perusahaan. Dengan mengikuti pelaksanaan kerja magang mahasiswa mampu memutuskan perusahaan apa, pekerjaan apa, dan budaya kerja yang seperti apa yang mereka impikan dengan menilai suatu perusahaan dari pelaksanaan kerja magang yang telah mereka lakukan sebelumnya.

PT. Noni Cipta Kreasi (Noni Kolektiv) adalah sebuah perusahaan *Social Media Agency* yang bergerak di bidang industri kreatif sejak tahun 2020. Perusahaan ini menyediakan jasa berupa pembuatan strategi *campaign* dan *branding* di media sosial *client* untuk meningkatkan penjualan dan membuat citra positif suatu *brand*. *Social Media Agency* sangat berperan penting bagi *brand* yang membutuhkan pihak yang kompeten dan kredibel dalam bidang pemasaran khususnya di media sosial. Hal tersebut dikarenakan tidak semua perusahaan memiliki sumber daya manusia yang memiliki keahlian di bidang *digital marketing*, serta penggunaan jasa agensi dapat memotong *cost* perusahaan sehingga sangat menguntungkan bagi pihak perusahaan.

Setelah melakukan wawancara oleh pendiri PT. Noni Cipta Kreasi Redita Abigail, nama Noni diambil dari kata perempuan dan Kolektiv adalah sekumpulan orang yang memiliki tujuan yang sama, yaitu meningkatkan performa media sosial, penjualan, dan citra pada suatu perusahaan. Perusahaan Noni Kolektiv termasuk ke dalam Top 5 media sosial agensi di Jakarta (Kompas TV, 2021). Dengan total 100+ brand yang telah ditangani selama 3,5 tahun agensi Noni Kolektiv didirikan menjadikannya sebuah pilihan yang tepat untuk penulis melakukan pelaksanaan kerja magang di perusahaan tersebut untuk mendapatkan pengalaman dan

peningkatan skill yang maksimal untuk bekal di dunia kerja setelah lulus dari universitas.

Dalam aktivitas magang di Noni Kolektiv, *social media specialist* bertanggung jawab untuk membuat konten media sosial, menjadi admin, dan membuat laporan bulanan untuk klien *brand* Airpro Indonesia, IMAGISPACE, Kama Mandaka Batik, dan Mixio Official. Airpro Indonesia adalah *brand* yang pengharum mobil dan ruangan yang berasal dari Amerika Serikat dengan berbagai macam varian bentuk desain dan berbagai aroma yang disesuaikan dengan karakter *user*. *Brand* kedua ditangani oleh *social media specialist* adalah IMAGISPACE yang merupakan sebuah instalasi penggabungan seni dan teknologi yang interaktif dan imersif yang saat ini memiliki 2 lokasi dengan tema yang berbeda-beda, yaitu *Midsummer Night's Dream* di Plaza Senayan, Lantai 3 dan *Long Way, Together* di Indonesia Design District. *Brand* ketiga yang ditangani oleh *social media specialist* adalah Kama Mandaka Batik yang merupakan sebuah *brand* batik tulis premium dengan ciri khas *bespoke* batik atau batik yang dibuat secara khusus untuk satu orang saja sehingga memiliki keunikan dan memberikan eksklusivitas kepada pemakainya. *Brand* Keempat yang ditangani oleh *social media specialist* adalah Mixio Official sebuah *brand* yang menjual produk aksesoris *gadget* dengan berbagai macam jenis, seperti *tongsis*, *phone holder*, *ring light*, *mic wireless*, dan lain-lain.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Maksud dan tujuan dalam mengikuti pelaksanaan kerja magang sebagai *inte* di Noni Kolektiv memiliki maksud untuk mendapatkan gambaran tentang aktivitas industri kreatif khususnya posisi *Social Media Specialist* pada sebuah agensi, serta meningkatkan *soft skill* dan *hard skill* dalam dunia kerja. Secara khusus, aktivitas pelaksanaan magang ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui proses kerja pada Departemen Kreatif di PT Noni Cipta Kreasi (Noni Kolektiv).

2. Mengimplementasikan kemampuan dan pengetahuan tentang ilmu komunikasi yang telah dipelajari dan didapatkan selama masa perkuliahan, terutama di bidang *digital marketing*.
3. Mampu memberikan ide-ide kreatif dan memiliki pemikiran yang kritis dalam menemukan solusi untuk permasalahan yang *brand* sedang hadapi.
4. Membangun relasi di dunia kerja.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang berlangsung pada Agustus sampai November 2023 dengan durasi seratus hari kerja atau delapan ratus jam kerja sesuai dengan Panduan MBKM Magang Track 1 dan sesuai dengan arahan dari Program Studi. Persyaratan dari pihak kampus dan persyaratan dari pihak perusahaan telah diikuti dan ditaati dengan baik. Magang dilaksanakan selama 6 hari dalam seminggu mulai dari pukul 09.00 – 18.00 WIB dengan metode *hybrid*. Setiap hari Senin, Selasa, Rabu, Jumat magang dilaksanakan di kantor atau secara *offline*. Sedangkan setiap hari Kamis dan Sabtu magang dilaksanakan di rumah atau secara *online*.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi (UMN) secara langsung di Function Hall pada 24 Juli 2023.
- 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

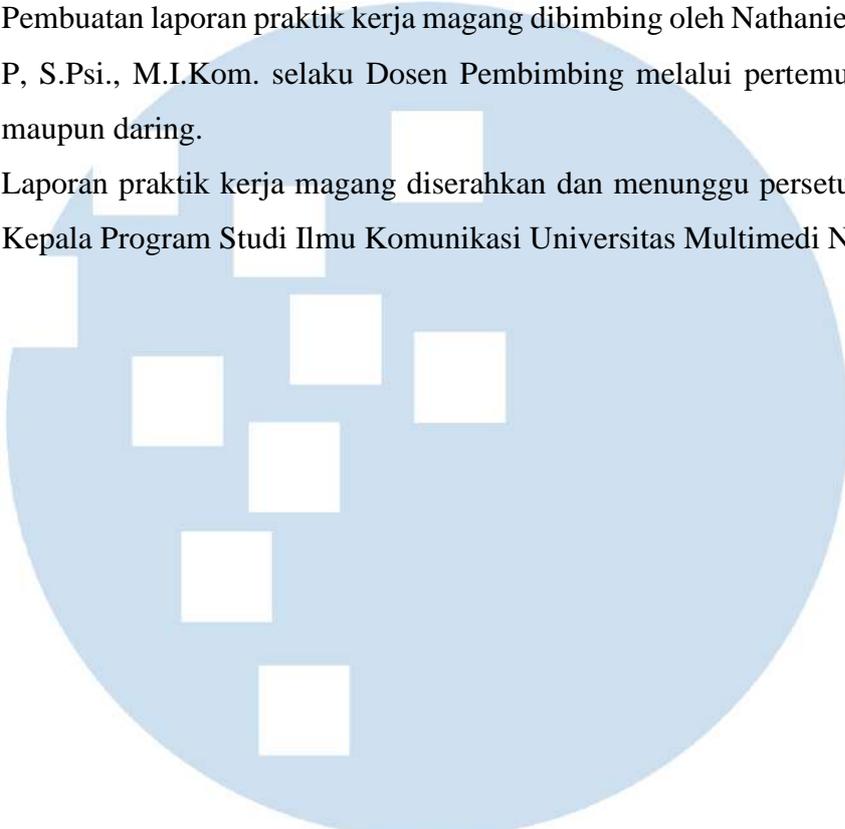
- 1) Proses pengajuan praktik kerja magang dengan mengirim *cover letter* pada tanggal 18 Juni 2023 yang diberikan kepada PT. Noni Cipta Kreasi serta mengunggah Curriculum Vitae (CV) dan KM-02 (Surat Pengantar Magang) kedalam form tersebut.
- 2) Penulis mendapatkan notifikasi surel dari Noni Kolektiv dan melakukan proses *interview* pada 4 Juli 2023.
- 3) Penulis dinyatakan lolos dari tahap *interview* dan mendapatkan surat penerimaan kerja magang pada 30 Juli 2023 sebagai *social media specialist intern* melalui surel Nonti Kolektiv yang ditanda tangani oleh CEO PT. Noni Cipta Kreasi Redita Abigail.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai *Social Media Specialist Intern* pada Departemen Kreatif.
- 2) Penugasan dan kebutuhan informasi, didampingi langsung oleh Project Manager Boas Imanuel selaku Pembimbing Lapangan.
- 3) Mengisi *form daily task* yang telah disetujui pembimbing lapangan pada merdeka.umn.ac.id
- 4) 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 Nathaniel Antonio P, S.Psi., M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan luring maupun daring.
- 2) Laporan praktik kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA