

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era modern, dinamika bisnis global semakin berkembang dan bermunculan berbagai bidang usaha baru dengan jenis kompleksitas yang berbeda-beda. Perusahaan dapat dengan mudah memperluas jangkauan bisnis ke pasar global, sehingga setiap bisnis memiliki pertarungan yang sengit untuk menghasilkan identitas yang menjadi pembeda antar bisnis yang satu dengan lainnya.

Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia meningkat cukup signifikan. UMKM menjadi salah satu pilar penting yang berdampak pada pertumbuhan perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM pada tahun 1 tahun terakhir, jumlah UMKM di Indonesia telah mencapai 64,2 juta. Dalam menghadapi krisis perekonomian Indonesia, pemerintah turut berpartisipasi dalam mendorong penguatan sektor UMKM yang menjadi pilar dalam pemulihan perekonomian di Indonesia (Junaidi, 2023).

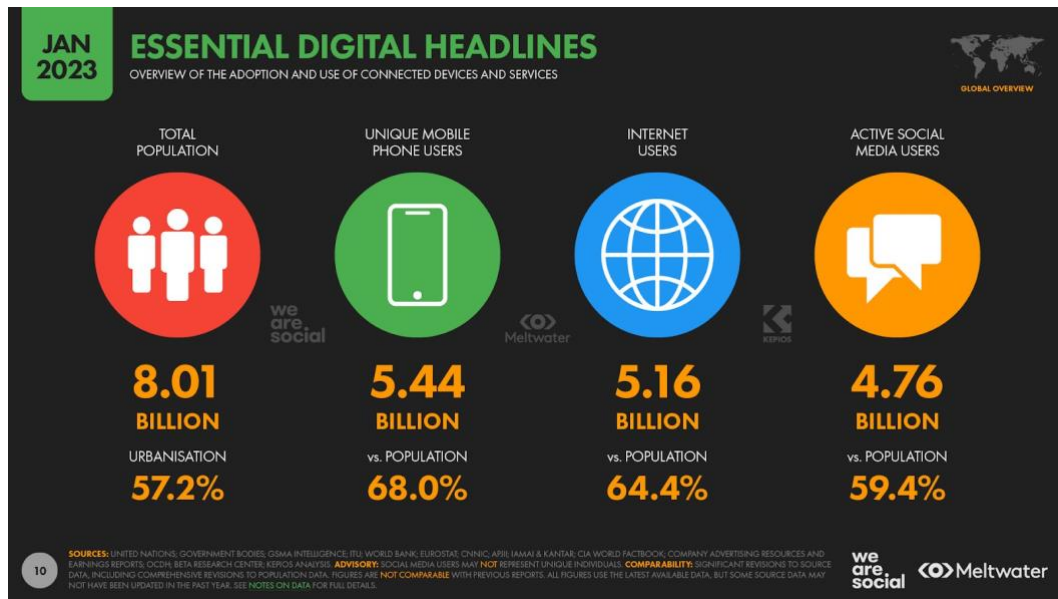
Sebelum membangun bisnis perlu pemahaman yang matang mengenai perlindungan hukum yang jelas demi keberlangsungan bisnis dalam jangka panjang. Namun sayangnya, banyak sekali ditemukan bahwa beredar kasus penjiplakan nama merek usaha, yang mana hal ini tentunya sangat merugikan bagi pihak korban. Bahkan dalam beberapa kasus, penjiplakan merek dapat menjerumus ke dalam hukum yang serius. Salah satu contoh kasus sengketa merek adalah kasus Ruben Onsu pemilik merek Geprek Benu yang menggugat PT Ayam Geprek milik Benny Sujono dengan nama merek I Am Geprek Benu. Gugatan tersebut diteruskan ke PN Niaga Jakarta Pusat terkait Hak Kekayaan Intelektual merek Benu pada tanggal 13 Januari 2020. Namun, majelis hakim justru menolak seluruh gugatan Ruben Onsu, sementara gugatan rekonsensi Benny Sujono dikabulkan.

Majelis hakim menyatakan bahwa PT Ayam Geprek Benny Sujono telah sah sebagai pemilik dan juga pengguna pertama untuk merek I Am Geprek Benu. Oleh karena itu, pengajuan sertifikat pendaftaran nama Geprek Benu milik Ruben Onsu dibatalkan (Aprilia, 2021).

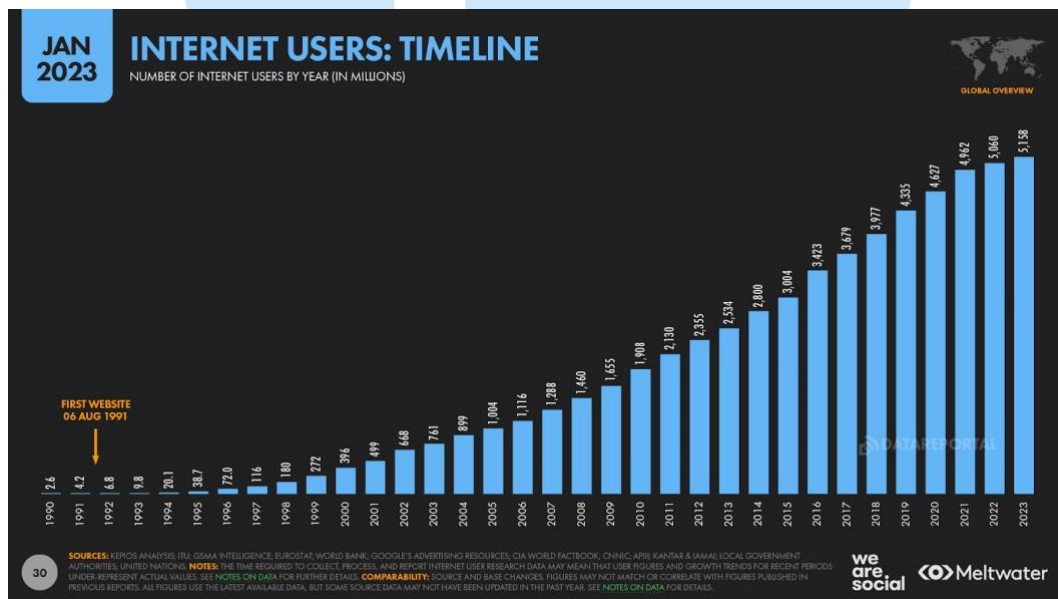
Di sisi lain, banyak masyarakat awam yang belum paham mengenai proses legalitas dan menganggap bahwa proses perizinan usaha adalah suatu hal yang berbelit-belit, juga menyita banyak waktu. Namun, hal ini harus dibantah dengan menyadarkan masyarakat awam bahwa dunia bisnis terus berkembang secara pesat dan menghadirkan banyak kompetitor sengit sehingga apabila pengurusan legalitas masih diabaikan, risiko yang didapat akan lebih besar kedepannya. Legalist yang merupakan perusahaan jasa dibawah naungan PT Icon Global International hadir sebagai solusi untuk mengurus kebutuhan perizinan pendirian usaha, pendaftaran hak paten dan hak cipta, sertifikasi, konsultasi pajak, dan layanan lainnya.

Peran media sosial sangat berpengaruh untuk dapat membangun awareness mengenai pentingnya legalitas demi perlindungan dan keamanan dalam berbisnis. Media sosial merupakan sarana untuk berinteraksi antar satu sama lain untuk menciptakan, berbagi, serta bertukar pikiran dan informasi yang disampaikan melalui kalimat, foto, atau video dalam sebuah jaringan digital (Parker, 2003). Dari beragam rentang usia mulai dari anak-anak hingga lanjut usia menggunakan media sosial untuk pelbagai kepentingan.

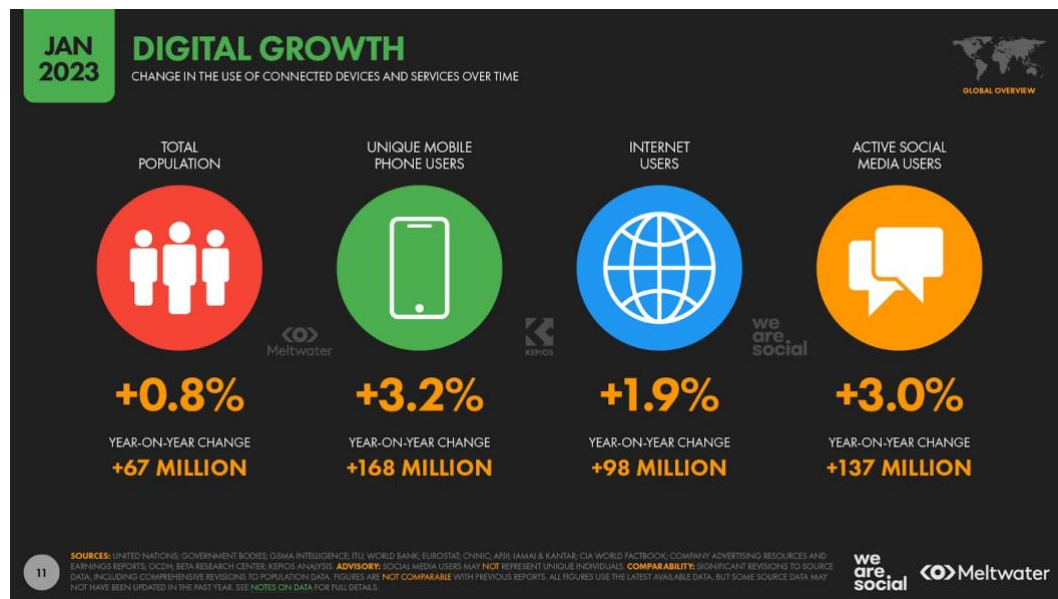
UMN



Gambar 1.1 Data Pengguna Internet di Dunia
Sumber : We Are Social (2023)



Gambar 1.2 Grafik Pengguna Internet di Dunia
Sumber : We Are Social (2023)



Gambar 1.3 Kenaikan Pengguna Internet di Dunia
Sumber : We Are Social (2023)

Menurut laporan data terbaru dari We Are Social, mereka mencatat bahwa terdapat 5,16 miliar penduduk yang menggunakan media sosial. Media sosial memberikan potensi yang besar dalam bagian dari komponen pemasaran serta penyebaran informasi kepada khalayak (Reuben, 2008). Masyarakat saat ini lebih suka mencari informasi mengenai produk atau layanan melalui media sosial sebelum memutuskan untuk membelinya. Oleh karena itu, visual dan informasi yang ditampilkan secara menarik melalui media sosial dapat mengikat calon pembeli untuk tertarik pada produk atau layanan yang ditawarkan. Media sosial juga dapat menjadi sarana untuk menonjolkan keunikan bisnis sehingga mampu membuat calon pembeli terkesan. Terutama untuk bisnis di bidang layanan jasa, pemanfaatan media sosial dapat digunakan untuk menampilkan testimoni kepuasan dari pelanggan sehingga dapat menanamkan nilai-nilai positif di benak publik. Hal ini akan berdampak pada peningkatan reputasi bisnis juga yang pada akhirnya dapat menjadi peluang besar untuk mendapatkan tawaran kerja sama maupun kolaborasi antar sesama bisnis atau *influencer* ternama. Selain itu, penggunaan media sosial pada bisnis juga dapat bermanfaat untuk menganalisis pesaing atau kompetitor bisnis, termasuk bagaimana strategi pemasaran yang

mereka gunakan. Jika dilihat dari segi biaya, penggunaan media sosial perusahaan sendiri untuk promosi lebih efektif dibandingkan menggunakan media iklan berbayar, seperti iklan televisi atau *billboard*.

Sebagai tanggapan atas data kenaikan pengguna dan permintaan interaksi di media sosial, PT Icon Global Internasional sebagai perusahaan di bidang penyedia layanan jasa, mengambil langkah untuk meningkatkan *awareness* dan mengikuti perkembangan digital dengan merekrut *Social Media Specialist Intern*. Dengan hadirnya tim baru di bidang media sosial, akan membantu perusahaan untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan interaksi sosial dengan pelanggan serta memudahkan akses penyebaran informasi. PT Icon Global Internasional menyadari bahwa perekrutan tim spesialis media sosial dapat berkontribusi membantu perusahaan dalam mencapai target dan tujuan yang ingin dicapai.

Oleh sebab itu, penulis tertarik untuk melakukan magang di perusahaan ini di posisi *Social Media Specialist*. Perusahaan ini memiliki visi misi yang kuat untuk memajukan UMKM di Indonesia, serta memiliki budaya perusahaan yang sehat sehingga penulis melihat peluang yang cukup besar bagi penulis kedepannya untuk magang di tempat ini dengan pengalaman dan pembekalan yang didapat selama proses magang. Terutama karena perusahaan ini bergerak di bidang layanan jasa yang mana dengan kehadiran *Social Media Specialist Intern*, dapat sangat membantu membangun kepercayaan pelanggan melalui testimoni dan konten informatif yang akan dikemas pada media sosial perusahaan.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang memiliki maksud sebagai pemenuhan salah satu kewajiban dalam mendapatkan gelar S1 pada program studi Ilmu Komunikasi. Secara rinci, aktivitas pelaksanaan magang ini bertujuan untuk:

1. Mempelajari alur kerja *Social Media Specialist* di PT Icon Global Internasional.

2. Mengimplementasikan pengetahuan yang diperoleh di masa perkuliahan mengenai pendekatan berbasis solusi untuk memecahkan masalah pada praktik kerja magang di PT Icon Global Internasional .
3. Memahami pentingnya penggunaan media sosial pada PT Icon Global Internasional untuk penyebaran *awareness* mengenai pentingnya pengurusan legalitas.
4. Memperoleh pengetahuan baru tentang media sosial pada praktik kerja magang di PT Icon Global Internasional.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang berlangsung sesuai dengan panduan MBKM Magang *Track 1* dan sesuai dengan arahan dari Program Studi, yaitu durasi delapan puluh hari kerja atau enam ratus empat puluh jam kerja. Aktivitas kerja magang dilakukan pada kantor pusat Legalist yang berada dibawah naungan PT Icon Global Internasional yang berlokasi di Ruko Aniva Grande Blok G1 No.9, Gading Serpong Tangerang. Pelaksanaan kerja magang dilakukan secara *Work from Office (WFO)* selama 5 hari kerja dari hari Senin hingga Jumat (kecuali tanggal merah) pukul 08.00-17.00 WIB, sehingga durasi kerja magang berlangsung selama 8 jam per hari (1 jam untuk istirahat).

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN bersama dengan Pride 2023 pada hari Rabu, 13 Desember 2023.
- 2) Mengisi KRS *internship* di myumn.ac.id yang terdiri dari *Professional Business Ethics, Industry Experience, Industry Model Validation, dan Evaluation and Reporting* dengan syarat telah menempuh 90 sks dan tidak ada nilai D atau E.

- 3) Mengajukan transkrip nilai melalui gapura.umn.ac.id.
- 4) Mengisi form KM-01 pada *link* yang didapat dari Fikom UMN.
- 5) Menerima surat KM-02 dari admin Fikom UMN untuk diserahkan kepada perusahaan sebagai pengantar magang.
- 6) Mengisi dan melengkapi data pada *website* merdeka.umn.ac.id.
- 7) Kampus UMN mengirim akses e-mail kepada supervisi perusahaan untuk melakukan *approval daily task*.
- 8) Menginput *daily task* ke *website* merdeka.umn.ac.id.
- 9) Selanjutnya, proses pembuatan laporan magang.

B. Proses Administrasi Perusahaan (PT Icon Global Internasional)

- 1) Menyerahkan *Curriculum Vitae* (CV) kepada perusahaan.
- 2) Menghadiri sesi *interview* sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan.
- 3) Mengisi form data diri yang diberikan oleh pihak perusahaan pada saat proses *interview* tanggal 4 Januari 2024.
- 4) Menyerahkan KM-02 (Surat Pengantar Magang) dari kampus UMN kepada perusahaan.
- 5) Mengikuti 1 kali sesi pembekalan *training*.
- 6) Aktivitas kerja magang dimulai tanggal 22 Januari 2024.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai *Social Media Specialist*.
- 2) Penugasan dan kebutuhan informasi, didampingi langsung oleh Bertha Wilvensus selaku Pembimbing Lapangan.
- 3) Pengisian dan penandatanganan form dilakukan pada saat proses praktik kerja magang berlangsung dan mengajukan lembar penilaian kerja magang kepada Pembimbing Lapangan pada akhir periode magang.

D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

- 1) Pembuatan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Dian Nuranindya selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan *Microsoft Teams*.
- 2) Laporan praktik kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.
- 3) Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui diajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang.

