

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

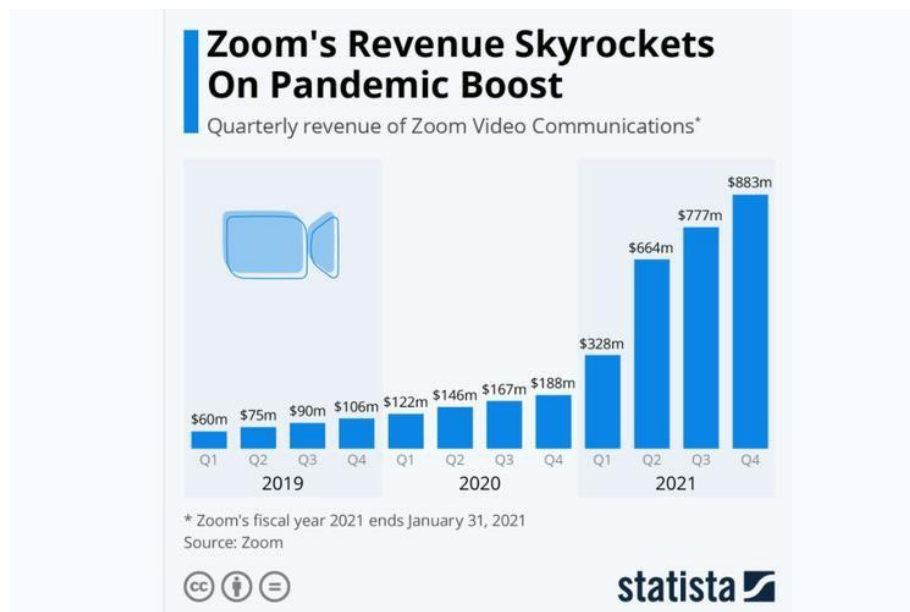
Komunikasi antar manusia merupakan kegiatan yang terjadi setiap hari dan tidak dapat dihindari. Semakin zaman berkembang, cara manusia berkomunikasi satu sama yang lain ikut berubah. Hal ini dapat terjadi karena adanya kemajuan teknologi digital yang telah menunjukkan tingkat yang signifikan. Seperti sudah menjadi bagian dari hidup manusia yang tidak bisa melewati hari tanpa teknologi digital. Terutama media sosial yang mengalami perkembangan yang signifikan yang memberi cara baru dalam berkomunikasi, berinteraksi, dan melakukan bisnis. Bagi masyarakat Indonesia, media sosial sudah menjadi kebutuhan sehari-hari dalam mencari informasi dan berkomunikasi. Meskipun di era digital yang mengakibatkan adanya penurunan lapangan pekerjaan di bidang padat karya, hal ini juga menghasilkan banyak lapangan pekerjaan dan peluang usaha baru di bidang teknologi dan informasi (Yuliani, 2018). Perkembangan ini juga dipengaruhi oleh perilaku masyarakat yang adaptif, melek teknologi, memiliki literasi digital yang baik, dan lebih waspada terhadap keamanan data pribadi (Putri, 2023).

Dengan inovasi dalam menggunakan teknologi digital, melakukan kegiatan pembelajaran dapat berubah dari tatap muka dan membaca buku berbentuk fisik menjadi pembelajaran daring yang dapat diakses melalui internet. Ditambah dengan adanya pandemi Covid-19 yang melanda seluruh belahan dunia pada tahun 2020 silam. Kebijakan dari pemerintah yang kita kenal sebagai PSBB atau pembatasan sosial berskala besar membuat kita harus tetap di rumah dan menghindari tempat yang berpotensi menimbulkan keramaian demi meminimalisir penyebaran virus Covid-19. Seluruh aspek kehidupan manusia termasuk kebutuhan edukasi harus dilakukan secara jarak jauh. Siswa dan mahasiswa yang sebelumnya harus menimba ilmu dengan pergi ke sekolah atau kampus terpaksa harus dilakukan secara daring dari rumah masing-masing. Penggunaan platform atau media daring

pun semakin digunakan seperti Zoom, Google Meet, *e-learning*, *slides* materi, dan materi yang berupa gambar atau video.

Perubahan dari tatap muka (*offline*) menjadi daring (*online*) tidak hanya terjadi di sekolah dan perkuliahan dalam hal mencerdaskan putra/putri bangsa. Layanan bimbingan belajar seperti les ikut melakukan perubahan untuk mengajar siswa dan mahasiswa melalui aplikasi daring. Banyak orang tua yang memercayakan anaknya untuk mendapatkan pendidikan tambahan dengan mengikuti anaknya bimbingan belajar, terbukti dari banyaknya tempat bimbingan belajar yang terdapat di Indonesia. Salah satu perusahaan yang memberikan jasa pembelajaran tambahan adalah PT Sinotif Indonesia yang merupakan sebuah wadah bimbingan belajar mata pembelajaran matematika, fisika, dan kimia. Membuka kesempatan bagi siswa SD, SMP, dan SMA untuk meningkatkan nilai sekolah mereka dengan berbagai layanan yang diberikan. PT Sinotif Indonesia yang awalnya memiliki banyak cabang untuk memudahkan transportasi siswa siswi akhirnya menutup banyak cabangnya akibat pandemi Covid-19. Dengan dampak yang dirasakan PT Sinotif Indonesia, yang sudah menjalani 20 tahun berdiri dan melaksanakan jasanya secara luring harus berubah menjadi daring.

Salah satu perusahaan yang menyediakan layanan pertemuan secara daring yang jumlahnya meningkat karena pandemi Covid-19 adalah Zoom. Zoom merupakan sebuah platform komunikasi daring yang memudahkan pengguna untuk melakukan pertemuan, presentasi, kolaborasi, atau sekadar berbincang yang memerlukan hubungan internet (Info, 2023). Jumlah pengguna dari aplikasi Zoom meroket di tahun 2020-2021 yang membuktikan ketergantungan dari penggunaannya untuk melakukan pertemuan secara daring. Sebelumnya hanya dikenal beberapa kalangan dan menjadi salah satu platform pertemuan daring terkemuka di dunia. Salah satu pihak yang menjadi pengguna setia aplikasi Zoom dari awal pandemi hingga tahun 2024 sekarang adalah PT Sinotif Indonesia. PT Sinotif Indonesia memanfaatkan fitur pertemuan daring dari Zoom untuk memberikan layanan pembelajaran daring kepada pelanggannya.



Gambar 1.1 Pendapatan Zoom Saat Pandemi Covid-19

Sumber: Kompas.com

Perubahan sistem pembelajaran dari luring menjadi daring pun menuai banyak kontra seperti pembelajaran luring akan jauh lebih efektif dibandingkan dengan daring. Terdapat beberapa alasan untuk orang tua tidak menyarankan pembelajaran secara daring, seperti belum terbiasa dengan anaknya yang mendapatkan pembelajaran secara virtual dan tidak didampingi langsung oleh gurunya. Alasan utama orang tua kurang menyukai pembelajaran daring adalah mereka merasa itu kurang efektif yang dapat menyebabkan anak malas atau tidak bersungguh-sungguh ketika belajar (Maharani, 2020). Hal ini menjadi tantangan bagi seluruh instansi pendidikan termasuk PT Sinotif Indonesia sebagai tempat bimbingan belajar yang berubah menjadi daring. Pada akhirnya, PT Sinotif Indonesia tetap berjuang dengan sistem pembelajaran daring. Dengan perubahan ini, PT Sinotif Indonesia melihat kesempatan yang besar, yaitu mereka dapat memperluas pasar hingga ke seluruh siswa-siswi dari berbagai pulau di Indonesia yang bisa mendapatkan pembelajaran tanpa harus datang ke salah satu cabang Sinotif. Dengan perubahan ini, PT Sinotif Indonesia yang awalnya mengandalkan lokasi yang dekat dengan perumahan siswa-siswi atau sekolah, sekarang dapat diakses dari seluruh Indonesia.

Tantangan yang ditemukan kemudian hari bagi PT Sinotif Indonesia adalah perlunya kegiatan promosi yang efektif untuk meningkatkan kesadaran merek dan pengguna. Meskipun sudah berdiri kurang lebih selama 24 tahun, PT Sinotif Indonesia masih perlu meningkatkan kesadaran merek karena terjadi perubahan dalam sistem layanan yang diberikan dari luring menjadi daring. Dengan perubahan ini, target audiens dari PT Sinotif Indonesia ikut berubah dari konsumen yang tinggal di dekat gerai Sinotif menjadi seluruh Indonesia. Melakukan promosi menggunakan brosur, baliho, dan spanduk tidak cukup dan harus mengikuti perkembangan zaman dengan penggunaan media sosial. Maka dari itu bentuk promosi di media sosial sendiri sekarang menjadi lebih variatif dan persuasif. Sebelum PT Sinotif Indonesia merubah sistem pembelajarannya menjadi luring, terdapat banyak kompetitor yang melakukan sistem pembelajaran daring terlebih dahulu. Maka dari itu, penulis merasa bahwa PT Sinotif Indonesia merupakan tempat yang tepat untuk pelaksanaan kerja magang, karena dapat ikut berkompetisi dengan kompetitor dengan memanfaatkan teknologi sebagai media untuk melakukan kegiatan promosi.

Posisi penulis pada PT Sinotif Indonesia dalam pelaksanaan kerja magang sendiri adalah sebagai *Social Media Marketing*, yang dimana tugas utamanya adalah membuat *Content Planning*, *Copywriting*, dan juga *Content Scheduling*. Tetapi juga memiliki berbagai tugas tambahan seperti menjadi *Content Creator* seperti *talent* dan juga *host* untuk konten-konten dan kegiatan promosi. Tugas-tugas yang menjadi tanggung jawab penulis diberikan untuk meningkatkan *Brand Awareness* dari PT Sinotif Indonesia. Konten-konten yang penulis buat merupakan bentuk konten yang interaktif, berkaitan dengan konsumen, dan tidak melupakan unsur persuasif. Konten seperti inilah yang sedang diminati oleh banyak konsumen dan dapat mencapai tujuan promosi yaitu kesadaran merek dari PT Sinotif Indonesia.

1.2.Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Strata Satu (S1) program studi Ilmu Komunikasi di Universitas

Multimedia Nusantara. Diikuti dengan tujuan penulis melakukan pelaksanaan kerja magang sebagai *Social Media Marketing* di PT Sinotif Indonesia adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengimplementasikan pembelajaran yang didapatkan dari mata kuliah *Social Media & Mobile Marketing* di Universitas Multimedia Nusantara.
2. Mengasah *hard skills* terutama dalam *content planning* dan penggunaan *tools* seperti Meta.
3. Mengasah *soft skills* seperti *time management*, *communication*, *creativity*, dan *collaboration*.
4. Menambah pengalaman dalam dunia profesional dan memperluas koneksi.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Praktik pelaksanaan kerja magang sesuai dengan syarat dan ketentuan yang diberikan oleh program studi yaitu dengan minimal waktu 640 jam kerja. Pelaksanaan kerja yang sesuai dengan kontrak berlangsung mulai dari 29 Januari 2024 hingga 3 Juni 2024. Hari kerja mengikuti hari operasi perusahaan yaitu hari Senin sampai dengan Jumat, mulai dari pukul 09.00 WIB dan berakhir pada pukul 18.00 WIB. Namun, tidak menutup kemungkinan jam kerja dimulai lebih awal dan berakhir lebih larut apabila ada event dan pekerjaan yang belum selesai.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA