

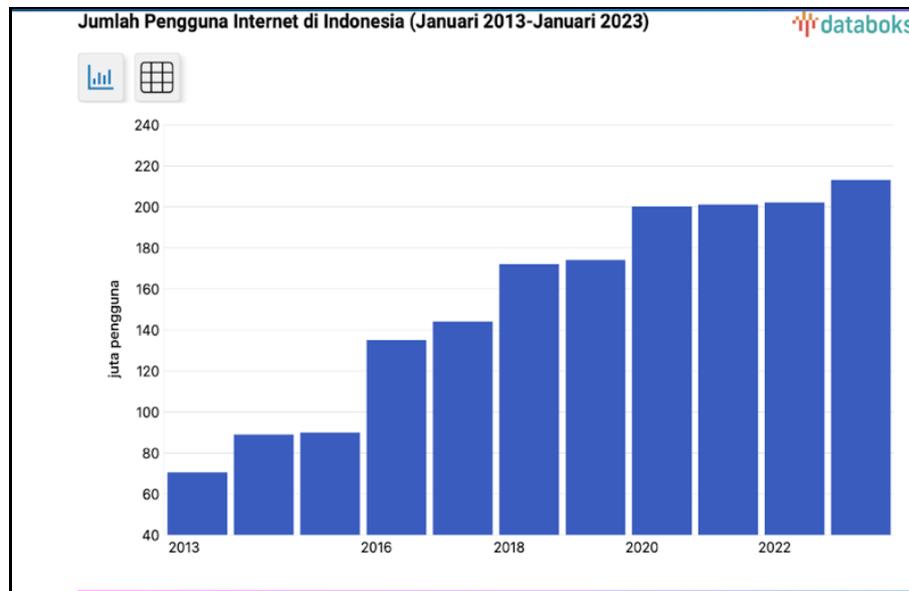
BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Saat ini peran teknologi komunikasi terus mengalami perkembangan, salah satunya adalah komunikasi yang dilakukan melalui media digital. Komunikasi yang dilakukan melalui media digital menjadi hal yang paling melekat bagi sebagian besar penduduk Indonesia.

Berdasarkan penelitian terbaru dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2024 menyentuh 221.563.479 orang yang merupakan 79,5% dari total populasi yang mencapai 278.696.200 jiwa pada tahun 2003. Hasil survei penetrasi internet yang dirilis APJII menunjukkan adanya peningkatan 1,4% dibandingkan dengan periode sebelumnya (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2024).

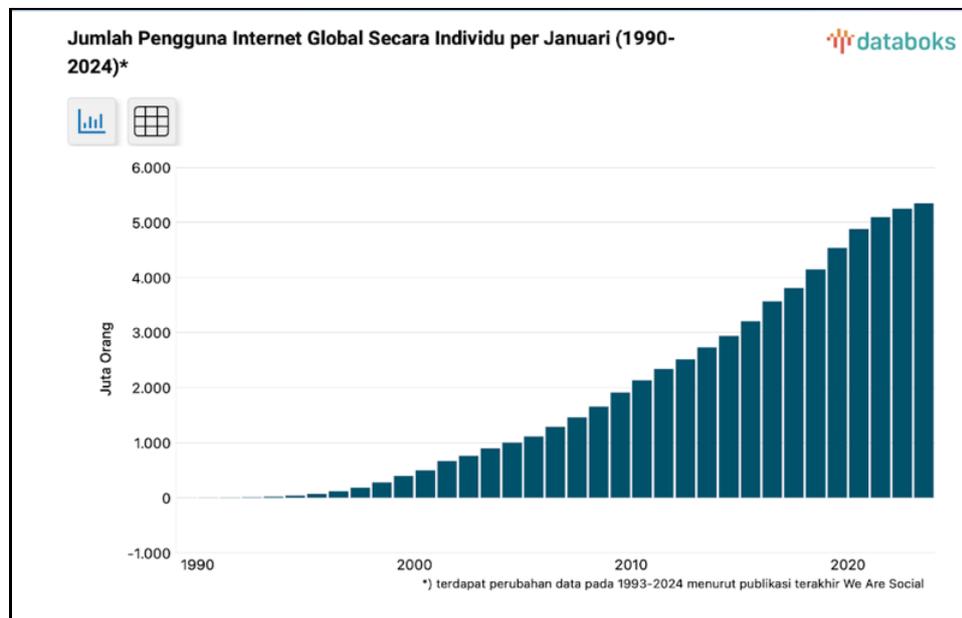


Gambar 1.1 Grafik Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (2013-2023)

Sumber: Databoks (2024)

Menurut laporan We Are Social (2023), angka pengguna internet Indonesia sudah meraih angka 213 juta orang per Januari 2023. Jumlah ini setara 77% dari total populasi Indonesia yang sebanyak 276,4 juta orang pada awal tahun ini.

Jumlah pengguna internet di Tanah Air naik 5,44% dibandingkan tahun sebelumnya. Pada tahun 2022, jumlah pengguna internet di Indonesia baru sebanyak 202 juta orang. Berdasarkan grafik di atas, bisa dilihat bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat tiap tahunnya dalam sedekade terakhir.

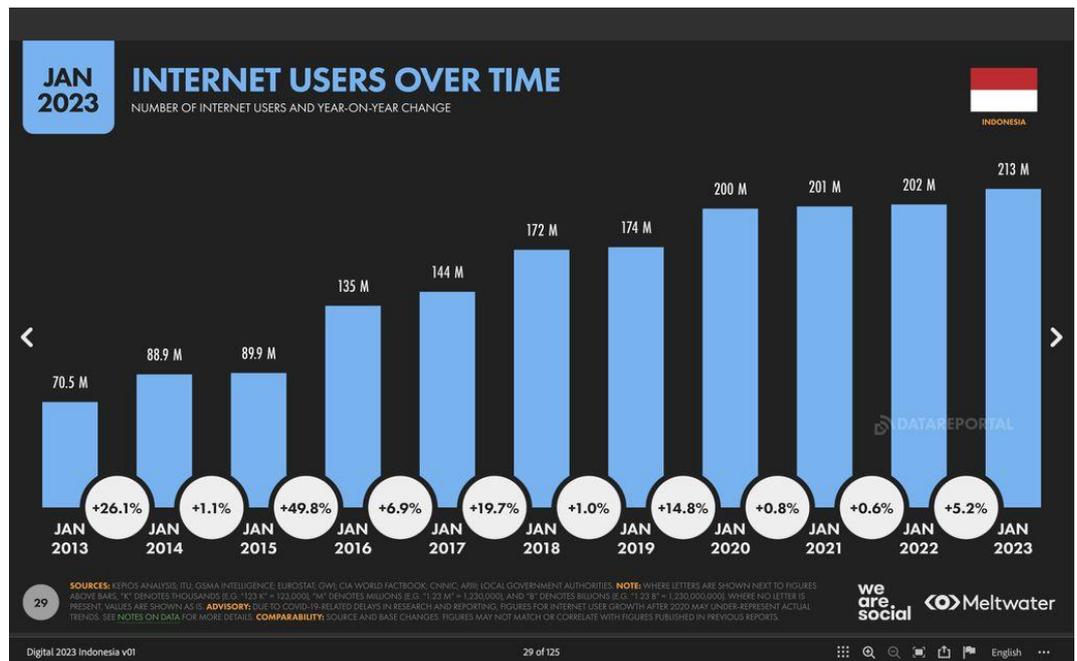


Gambar 1.2 Grafik Jumlah Pengguna Internet Global Secara Individu Per Januari (1990-2024)

Sumber: Databoks (2024)

Menurut laporan terbaru We Are Social (2024) menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet global secara individu telah mencapai 5,35 miliar orang pada Januari 2024. Jumlah tersebut mencapai 66,2% dari populasi global yang totalnya 8,08 miliar orang. Jumlah pengguna internet global secara individu pada Januari 2024 bertambah 97 juta orang atau naik 1,8% dibanding periode tahun lalu, yang masih 5,25 miliar orang.

Selain itu, menurut Bestari (2024), sebaran pengguna internet juga semakin merata. Pada tahun 2023, 74% dari total penduduk Indonesia di luar kota besar adalah pengguna internet. Di wilayah kota besar, penetrasi internet menembus 82,2%



Gambar 1.3 Grafik Pengguna Internet 2013 - 2023

Sumber: Haryanto (2023)

Jika dilihat dari pengguna internet, penduduk Indonesia yang berselancar di dunia maya mengalami kenaikan 5,2% atau 10 juta dari 2022. Selain itu, terlihat juga bahwa dari tahun 2021 ke 2022 tidak begitu mengalami peningkatan yang drastis, tetapi untuk di 2023 cukup mengalami peningkatan.

Oleh karena hal tersebut perusahaan berlomba-lomba untuk mempertahankan perusahaannya ditengah penggunaan internet yang semakin banyak. Perusahaan mengambil langkah dan tindakan baru untuk melakukan pemasaran produknya melalui media agar usahanya dapat bertahan dan berkembang.

Keunggulan Digital Marketing adalah kemampuannya untuk menyediakan analisis data yang mendalam dan pengukuran yang akurat terhadap kinerja

kampanye. Melalui alat analitik, industri dapat melacak perilaku konsumen, menganalisis tren pasar, dan mengidentifikasi peluang baru untuk pertumbuhan bisnis (Baladewa, 2023). Hal ini memungkinkan perusahaan untuk menyesuaikan strategi pemasaran mereka secara *real-time*, meningkatkan efisiensi dan efektivitas kampanye mereka.

Dengan demikian, tidaklah mengherankan bahwa *Social Media Specialist* telah menjadi bagian integral dari strategi pemasaran hampir semua industri. Bagi industri modern, kemampuan untuk beradaptasi dengan tren digital dan memanfaatkan teknologi untuk berinteraksi dengan konsumen adalah kunci untuk tetap relevan dan bersaing di pasar yang semakin kompetitif.

Setiap perusahaan terus bersaing untuk memasarkan produk atau jasanya melalui platform digital. Keterkaitannya dengan industri sangat signifikan. Di era digital ini, hampir semua industri bergantung pada digital marketing untuk mencapai target pasar mereka (Pangestika, 2022). Misalnya industri e-commerce mengandalkan digital marketing untuk mempromosikan produk mereka kepada calon pembeli daring.

Industri media dan hiburan menggunakan platform digital untuk menjangkau audiens mereka dengan konten yang relevan dan menarik (Izza, 2023). Bahkan industri tradisional seperti ritel dan manufaktur mengintegrasikan strategi digital marketing dalam upaya mereka untuk menjangkau konsumen modern.

Selain itu, Digital Marketing juga memungkinkan analisis data yang lebih mendalam dan segmentasi pasar yang lebih akurat. Ini memungkinkan perusahaan untuk mengukur efektivitas kampanye mereka dengan lebih baik dan menyesuaikan strategi pemasaran mereka sesuai dengan respons konsumen secara *real-time*. Dengan demikian, Digital Marketing telah menjadi tulang punggung dari banyak industri dalam upaya mereka untuk bertahan dan berkembang di era digital yang terus berkembang.

Perusahaan bergerak cepat mengambil suatu tindakan dan gebrakan untuk mulai mengikuti perkembangan jaman, sehingga banyak dari mereka membutuhkan jenis profesi baru yakni sebagai *Social Media Specialist* di perusahaannya. *Social Media Specialist* ini merupakan suatu profesi yang sedang banyak dicari dan dibutuhkan oleh perusahaan dan memiliki beberapa tugas dan tanggung jawab yang harus dipenuhi, beberapa diantaranya yaitu membuat konten berbentuk video, foto atau lain sebagainya sesuai yang dibutuhkan, mengambil banyak bahan foto atau video yang akan digunakan sebagai bahan pembuatan konten, membuat penulisan keterangan dalam konten dan mengurus segala bentuk pemasaran yang dilakukan melalui media daring.

Hal tersebut memiliki relevansi dengan salah satu tuntutan pekerjaan saya sebagai Digital Marketing Internship untuk menyajikan konten yang dapat mendorong audiens untuk melakukan komunikasi yang nyaman dan segera mengambil tindakan setelah mereka menyaksikan konten yang penulis buat. **Contoh** tindakan yang penulis harap dapat mereka lakukan adalah segera menghubungi kami untuk menanyakan tentang apa yang kami pasarkan karena mereka memiliki ketertarikan untuk membeli produk kami setelah mereka menyaksikan konten kami.

Saat ini masyarakat tentu merasa terbantu dengan adanya peran teknologi, khususnya para pemilik bisnis dan beberapa pihak lain yang merasa diuntungkan. Pada zaman ini kebanyakan perusahaan, baik perusahaan besar atau yang masih menengah pun memilih untuk melibatkan teknologi digital dalam perusahaannya dengan tujuan yang beraneka ragam, misalnya untuk meningkatkan penjualan melalui platform digital, memperkenalkan produk mereka kepada khalayak umum melalui media digital dan ada juga yang hanya untuk seru-seruan dan menyajikan kehidupannya saat berada dalam perusahaan tersebut dengan judul misalnya adalah *life at Alam Sutera Group*, dan lain sebagainya.

Hal tersebut juga memiliki kesamaan dengan pelajaran yang penulis dapatkan saat penulis berkuliah, yakni pada mata kuliah *Social Media and*

Marketing Strategy. Penulis mempelajari mata kuliah tersebut, penulis diajari tentang bagaimana cara membuat konten yang menarik untuk di sajikan kepada audiens. Penulis juga mendapatkan pemahaman tentang berbagai macam jenis unggahan beserta dengan kegunaannya masing-masing.

Selain mata kuliah *Social Media and Marketing Strategy*, penulis juga mengimplementasikan ilmu yang penulis dapatkan melalui mata kuliah *Art Copy Writing* ke tempat magang penulis saat ini. Saat mempelajari mata kuliah tersebut, penulis memahami cara menulis yang baik dalam sebuah konten, yang dimaksud baik dalam hal ini adalah yang dapat menarik perhatian audiens, sehingga mereka dapat membaca dan menangkap apa yang ingin kami sampaikan dan yang pasti dapat meningkatkan jumlah penonton dan pengikut suatu perusahaan.

PT Alam Sutera Realty Tbk yang bergerak dalam bidang properti juga sangat membutuhkan peran *Social Media Specialist* dengan tujuan untuk mendapatkan akses pasar yang lebih luas, meningkatkan kesadaran merek, memperoleh prospek dan memperluas daftar kontak mereka sebagai salah satu dari proses pemasaran.

Penulis memilih PT Alam Sutera Realty Tbk sebagai tempat magangnya adalah karena melihat bahwa peluang belajar yang cukup besar, terlebih mereka telah dipercaya selama kurang lebih 30 tahun sebagai developer yang cukup terkenal dan terkemuka. Oleh karena hal tersebut penulis memutuskan untuk mempercayakan PT Alam Sutera Realty Tbk sebagai tempat belajar dan tempat untuk mengimplementasikan ilmu yang selama ini telah didapatkan didunia perkuliahan untuk di implementasikan di tempat magang selama proses magang berlangsung.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Berdasarkan latar belakang tersebut, maksud penulis melakukan magang sebagai *Digital Marketing* adalah untuk mendapatkan ilmu sebanyak-banyaknya yang mungkin tidak penulis dapatkan didunia perkuliahan. Tujuan dari mengikuti praktik

kerja magang dalam divisi digital marketing dengan jobdesk sebagai *Social Media Specialist* ini adalah untuk meningkatkan kepekaan masyarakat tentang adanya gedung perkantoran The Prominence dan The Tower yang memiliki berbagai macam keunggulan dari Gedung perkantoran lain yang mungkin sejenis, serta meningkatkan jumlah pengguna Gedung perkantoran The Prominence dan The Tower.

Tujuan selanjutnya yang tidak kalah penting adalah untuk memberikan kemudahan bagi para B2B atau *property agents* untuk memahami keunggulan serta ukuran dari gedung perkantoran The Tower dan The Prominence. Tujuan tersebut dapat terelasisasi melalui postingan yang telah diunggah melalui Instagram The Tower dan The Prominence, Konten yang disajikan pun cukup lengkap dan beragam sehingga mampu menjawab pertanyaan-pertanyaan dari *property agents* dan para *customer*.

Hal tersebut dilakukan dengan menggunakan berbagai macam aktivitas *Social Media Specialist* yang meliputi penulisan konten, merancang konten, edit dan diperlukan pemahaman serta skill khusus untuk memasarkan hal tersebut melalui sosial media. Selain itu tujuan penulis adalah untuk mengimplementasikan seluruh ilmu yang telah penulis dapatkan di dunia perkuliahan ke dunia kerja yang lebih profesional serta mendapatkan ilmu baru yang belum penulis terima di dunia perkuliahan dan tentunya pengalaman penting di dunia profesional. Penulis yakin apa yang penulis kerjakan dan lakukan dapat membantu penulis untuk membangun karir impian penulis di masa yang akan datang, karena hal tersebut selaras dengan deskripsi pekerjaan yang telah penulis terima selama menjalankan praktik kerja magang ini, yakni tentang bagaimana cara mengelolah sosial media serta strategi yang pas untuk memasarkan merk atau produk di media sosial dengan baik. Hal tersebut sebelumnya telah penulis dapatkan dalam mata kuliah *Social Media and Marketing Strategy*. Selain itu penulis juga mendapatkan pembelajaran berharga saat sedang mengambil mata kuliah *Art Copy Writing* semasa kuliah, karena penulis diberikan pengetahuan tentang bagaimana cara penulisan yang bagus dalam sebuah pemasaran atau iklan dan yang membuat para penonton berubah pikiran dari yang

sebelumnya tidak tertarik menjadi tertarik dengan produk kita. Di tempat magang penulis saat ini, penulis juga mendapatkan pembelajaran moral dan realita kehidupan didunia perkantoran yang memberikan penulis kesiapan lebih untuk menghadapi dunia kerja yang sebenarnya di waktu yang akan datang.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan program kerja magang ini dimulai sejak tanggal 12 Maret 2023 hingga 31 Juli Dengan jam kerja yang dimulai dari pukul 08.30 hingga pukul 17.30 WIB, tetapi diselingi berjalannya waktu saya sering mengajukan lembur dan WFH atau *work from home*, selain untuk mengejar target jam yang diberikan oleh kampus, saya juga mau untuk memberikan hasil dan proses yang terbaik kepada tempat magang saya.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur pelaksanaan kerja magang ini penulis mulai dengan cara melamar melalui LinkedIn resmi milik HRD PT Alam Sutera, setelah itu penulis segera mengajukan KM-1 sembaring menunggu proses rekrutmen. Keesokan harinya tepat satu hari setelah penulis melamar melalui LinkedIn resmi dari HRD PT Alam Sutera, penulis mendapatkan pesan singkat melalui WhatsApp yang berisi perkenalan diri dari pihak HRD lengkap beserta dengan undangan interview yang akan dilaksanakan secara *online* melalui telepon. Setelah menjalankan interview melalui telepon, tepat satu hari setelahnya HRD tersebut menghubungi penulis kembali melalui *chat* untuk memberikan undangan *user interview*. Di akhir *user interview* mereka memberikan penulis *skill test* berupa pembuatan konten lengkap beserta penulisan caption dengan tema dan deadline yang telah mereka tentukan. Beberapa jam setelah penulis mengumpulkan tugas tersebut, penulis mendapatkan kabar melalui HRD bahwa penulis dinyatakan lolos dan beberapa menit kemudian HRD tersebut memberikan penulis template formular yang harus penulis isi sesuai data diri dari penulis , mulai dari nomor induk KTP dan lain sebagainya. Setelah itu penulis dikabarkan untuk mulai

bekerja di tanggal 12 Maret 2024. Penulis menanda tangani kontrak dihari pertama penulis memulai magang. Penulis menanda tangani kontrak perjanjian magang tersebut di Synergy Building yang merupakan salah satu perkantoran milik PT Alam Sutera Realty Tbk dan setelah itu penulis ke gedung The Prominence untuk mulai bekerja.



Gambar 1.4 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang