

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Komunikasi pemasaran merupakan cara yang dilakukan oleh perusahaan atau organisasi yang bertujuan untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada khalayak dengan tujuan memberi informasi, mempengaruhi, dan berharap terjadi perilaku konsumen. Perkembangan komunikasi dalam pemasaran juga ditunjang oleh perkembangan teknologi dibidang komunikasi yang sangat cepat dan masif, seperti teknologi pada smartphon dan internet yang murah, dan open sourcemedial sosial serta ditunjang aplikasi media jejaring yang sangat ampuh dalam menyebarkan arus informasi dari komunikator kepada komunikan. Tiktok, Facebook, Instagram, dan Website merupakan bagian dari media sosial yang saat ini menjadi media dalam melakukan pemasaran (Didik Hariyanto, 2023). Komunikasi Pemasaran merupakan sarana yang digunakan perusahaan dalam upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen langsung atau tidak langsung tentang produk dan merek yang mereka jual (Kotler dan Keller, 2016:580).

Dalam melakukan pemasaran, tentunya setiap perusahaan dapat menggunakan berbagai strategi dalam menyampaikan pesan. Salah satu strategi Komunikasi pemasaran yang dapat digunakan oleh perusahaan ialah dengan mengimplementasikan *content marketing*. *Content marketing* adalah proses pemasaran bisnis yang melibatkan pembuatan dan pendistribusian konten yang berharga dan relevan untuk menarik, memperoleh, dan mempertahankan pelanggan sasaran. *Content marketing* adalah strategi pemasaran di mana perusahaan merencanakan, memproduksi, dan mendistribusikan konten yang sesuai dengan produk atau layanan yang dijual oleh perusahaan untuk mengubah calon pelanggan menjadi pelanggan. Konten yang relevan akan membuat konsumen membaca pesan yang disampaikan oleh perusahaan. Jika konsumen merasa senang, mereka akan dengan sukarela membagikan konten kepada kerabatnya. Dalam pembuatan sebuah konten, perusahaan tidak harus selalu membuat konten mengenai produk atau

layanan yang ditawarkan. Namun, dapat berupa konten mengenai informasi yang relevan atau yang bersifat umum (Setiawan dan Savitry, 2016:114).

PT Mutuagung Lestari Tbk adalah perusahaan yang memberikan pelayanan jasa pengujian, inspeksi, dan sertifikasi yang telah berdiri sejak tahun 1990. Sebagai sebuah lembaga, PT Mutuagung Lestari Tbk memiliki target pasar yang cukup spesifik karena pelayanan yang diberikan berguna bagi sebuah instansi atau organisasi yang membutuhkan sebuah pengujian, inspeksi, ataupun sertifikasi. Pengujian merupakan sebuah metode yang dilakukan untuk mengetahui atau mengevaluasi sebuah komposisi atau komponen dengan tujuan untuk mengetahui pemenuhan syarat atau hukum yang ada. Pengujian dapat membantu dalam menentukan kesalahan, ketimpangan, ataupun segala sesuatu yang berbeda dari syarat atau hukum sebenarnya. Inspeksi adalah suatu metode yang dilakukan untuk mengetahui pertimbangan sebuah objek, struktur atau komposisi berdasarkan dengan ketentuan ataupun standar yang telah ditetapkan. Sertifikasi merupakan sebuah penentuan yang diberikan oleh pihak organisasi atau perkumpulan profesi terhadap seseorang atau institusi yang menjadi tanda bahwa pihak yang bersangkutan telah memenuhi standar atau syarat kompetensi tertentu.

PT Mutuagung Lestari Tbk merupakan salah satu perusahaan swasta yang memberikan layanan jasa pengujian, inspeksi, dan sertifikasi yang terdapat di Indonesia dan telah melakukan ekspansi ke beberapa negara seperti Tiongkok dan Jepang. PT Mutuagung Lestari Tbk telah melayani beberapa perusahaan besar seperti PT Pupuk Kujang Cikampek, PT Exabb Energy Nusantara, dan PT Wahana Citra Nabati yang membutuhkan jasa pengujian dan sertifikasi dengan tujuan mengetahui standar yang berjalan di perusahaan telah sesuai dengan standar kompetensi yang sudah ada atau belum. Sehingga dengan adanya pengujian dan sertifikasi yang dilaksanakan, maka perusahaan dapat mendapatkan sebuah sertifikasi yang sesuai dengan kinerja perusahaan dan dapat meningkatkan kepercayaan bagi konsumen. Salah satu konsumen dari PT Mutuagung Lestari adalah PT Pupuk Kujang Cikampek yang membutuhkan sertifikasi Industri Hijau

untuk perusahaannya dengan tujuan mengetahui Pembangunan industri yang ramah bagi lingkungan.

PT Mutuagung Lestari Tbk memanfaatkan *content marketing* sebagai strategi dalam menyampaikan pesan layanan yang disediakan dengan diunggah melalui media sosial. Media sosial sendiri merupakan suatu label yang merujuk pada teknologi digital yang berpotensi membuat semua orang saling terhubung dan melakukan interaksi, produksi dan berbagi pesan. PT Mutuagung Lestari Tbk memanfaatkan media sosial seperti Instagram, YouTube, Twitter, dan TikTok dengan memuat berbagai konten menarik agar dapat lebih dikenal dan meningkatkan kesadaran masyarakat terkait dengan berbagai pengujian dan sertifikasi. Namun, dikarenakan layanan jasa yang ditawarkan oleh PT Mutuagung Lestari Tbk bukan hal yang banyak diketahui dan menjadi *awareness* bagi sebuah institusi atau organisasi, maka PT Mutuagung Lestari Tbk memanfaatkan konten di media sosial dalam memberikan berbagai informasi terkait dengan layanan yang disediakan oleh PT Mutuagung Lestari Tbk agar dapat menginformasikan pengertian dan segala informasi mengenai layanan dan jasa yang dibutuhkan oleh sebuah institusi atau organisasi.

PT Mutuagung Lestari Tbk menggunakan media sosial sebagai sarana untuk mengunggah *content marketing* yang dibuat agar dapat dilihat oleh masyarakat terkait dengan berbagai layanan dan jasa yang ditawarkan oleh PT Mutuagung Lestari Tbk. Media sosial yang digunakan oleh PT Mutuagung Lestari Tbk ialah Instagram, TikTok, YouTube, dan LinkedIn. Pada media sosial Instagram, PT Mutuagung Lestari Tbk menampilkan konten yang cenderung edukatif dan hiburan seperti konten pengetahuan mengenai karbon, sertifikasi, dan lain sebagainya dengan pengikut sebanyak 100 ribu orang. Pada media sosial TikTok, PT Mutuagung Lestari Tbk menampilkan konten video hiburan dan dokumentasi acara dengan pengikut sebanyak 8426 orang. Pada media sosial YouTube, PT Mutuagung Lestari Tbk menampilkan webinar edukatif dan kegiatan yang telah atau sedang berlangsung dengan pengikut sebanyak 577 orang. Dan pada media sosial

LinkedIn, PT Mutuagung Lestari Tbk menampilkan konten edukatif dan informatif seperti Informasi pelaksanaan webinar dengan pengikut sebanyak 4 ribu orang.

PT Mutuagung Lestari Tbk mendapatkan berbagai interaksi oleh pengikutnya pada konten yang terdapat dalam media sosial. Interaksi yang diberikan berupa unggahan yang disukai, komentar yang diberikan, hingga konten yang diunggah oleh PT Mutuagung Lestari Tbk dilakukan pemostingan ulang oleh pengikutnya. Konten yang diberikan dapat berupa gambar maupun video. Hal ini juga dilakukan oleh PT Mutuagung Lestari Tbk dalam menginformasikan terkait kegiatan yang diadakan untuk diketahui oleh pengikut media sosialnya.

PT Mutuagung Lestari Tbk merupakan perusahaan yang menjadi pilihan penulis dalam melakukan praktik magang karena penulis merasa bahwa PT Mutuagung Lestari Tbk merupakan salah satu perusahaan yang menawarkan produk cukup spesifik untuk kepentingan institusi ataupun organisasi. Sehingga, penulis merasa bahwa penyampaian pesan yang diberikan oleh PT Mutuagung Lestari Tbk berbeda dengan penyampaian pesan sebuah produk yang banyak dikonsumsi seperti makanan, baju, iklan, dan sebagainya, Oleh karena itu, penulis menetapkan PT Mutuagung Lestari Tbk sebagai perusahaan tempat melaksanakan kerja magang agar dapat mengetahui alur kerja dan cara penyampaian terkait dengan lembaga pelayanan jasa pengujian, inspeksi, dan sertifikasi kepada calon konsumennya.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

1.2.1 Maksud Kerja Magang

Magang merupakan suatu kewajiban akademik yang harus diselesaikan mahasiswa guna memenuhi syarat kelulusan. Pada Universitas Multimedia Nusantara, kerja magang baru dapat dilakukan pada saat mahasiswa telah berhasil mencapai 90 SKS. Kerja magang di Universitas Multimedia Nusantara berbobot 20 SKS yang terdiri dari empat mata kuliah. Empat mata kuliah tersebut terdiri dari *Professional Business Ethics* (MSC5600) yang berjumlah 3 SKS, *Industry Experience* (MSC5601) yang berjumlah 7 SKS, *Industry Model*

Validation (MSC5602) yang berjumlah 7 SKS, dan *Evaluation and Reporting* (MSC5603) yang berjumlah 3 SKS. Kerja Magang diperlukan oleh mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara untuk mendapatkan pengalaman kerja nyata dan mengimplementasikan ilmu yang telah didapatkan di kampus. Hal ini membantu para mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara untuk beradaptasi serta berbagi pengalaman mengenai dunia kerja.

1.2.2 Tujuan Kerja Magang

Kerja magang memiliki tujuan dalam pelaksanaannya. Tujuan ini diperlukan untuk membantu penulis agar kerja magang yang dilakukan lebih spesifik dan terarah. Penulis melaksanakan praktik magang sebagai *marketing intern* di PT Mutuagung Lestari Tbk dengan tujuan sebagai berikut:.

1. Mengetahui peranan *content marketing* terhadap *brand awareness* PT Mutuagung Lestari Tbk.
2. Menambah pengetahuan, mengasah ilmu dan kreativitas penulis serta mendapatkan pengalaman kerja nyata secara profesional di bidang *content marketing*.
3. Mendapatkan pembelajaran dalam proses pembuatan *content marketing* dari tahap perencanaan hingga realisasi.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Kerja magang di PT Mutuagung Lestari Tbk dilaksanakan dari tanggal 12 Februari 2024 sampai dengan tanggal 07 Juni 2024 dengan lama durasi 640 jam kerja sesuai dengan pedoman yang telah ditentukan (MBKM Magang *Track 1*). Secara keseluruhan, praktik magang yang dilakukan di PT Mutuagung Lestari dilaksanakan secara tatap muka. Semua karyawan di PT Mutuagung Lestari Tbk melaksanakan pekerjaan secara tatap muka sebanyak lima hari dalam satu minggu. Jam kerja di PT Mutuagung Lestari Tbk dimulai dari jam 08.00 WIB sampai dengan

jam 17.00 WIB, namun pada kondisi tertentu karyawan *marketing* PT Mutuagung Lestari Tbk diharuskan untuk lembur dengan tujuan menyelesaikan pekerjaannya.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam pelaksanaannya, kerja magang memerlukan suatu prosedur. Prosedur ini digunakan untuk mempermudah penulis dalam menentukan tahapan yang harus dilakukan pada saat melaksanakan praktik kerja magang. Prosedur pelaksanaan praktik kerja magang terdiri dari beberapa tahap, yaitu:

1. Tahap Administrasi Kampus
 - a. Mengikuti pembekalan magang Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
 - b. Memuat KRS *Internship* melalui *myumn.ac.id* dengan ketentuan telah menempuh 90 SKS dan tidak mendapatkan nilai D atau lebih kecil.
 - c. Membuat pengajuan KM-01 melalui *Google Form* yang telah disediakan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
 - d. Mendapatkan persetujuan yang diberikan melalui *e-mail* terkait perusahaan tempat magang yang telah memenuhi ketentuan melalui KM-02 yang berisi Surat Pengantar Magang dari Kepala Program Studi.
 - e. Memuat data yang diperlukan melalui *website merdeka.umn.ac.id* setelah memperoleh perusahaan yang sesuai dengan ketentuan.
 - f. Mengumpulkan surat pernyataan magang yang diberikan oleh perusahaan beserta dengan data *supervisor* melalui *website merdeka.umn.ac.id*.
 - g. Memasukkan *daily task* di *website merdeka.umn.ac.id* yang berisi aktivitas sehari-hari selama bekerja. Aktivitas ini akan divalidasi dan disetujui oleh *supervisor* yang telah mendapatkan akses *website merdeka.umn.ac.id*.

2. Tahap Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- a. Melaksanakan Praktik Magang sebagai *marketing intern* di PT Mutuagung Lestari Tbk.
- b. Melaksanakan *job description* yang diberikan langsung oleh Bapak Rakhmatyar Ridha selaku *General Manager* di PT Mutuagung Lestari Tbk.
- c. Menerima bimbingan dari *supervisor* yaitu Ibu Wita Adelina N.P terkait *job description* yang diberikan.
- d. Melaksanakan *job description* yang telah diberikan.

3. Tahap Pembuatan Laporan Kerja Magang dan Melaksanakan Sidang

- a. Membuat laporan kerja magang yang berupa karya ilmiah dibimbing oleh Bapak Agustinus Rusdianto Berto selaku dosen pembimbing.
- b. Menyerahkan laporan praktik magang kepada dosen pembimbing untuk mendapatkan masukan terkait kekurangan dalam laporan.
- c. Melakukan revisi sesuai dengan masukan yang diberikan oleh Bapak Agustinus Rusdianto Berto.
- d. Mendapatkan persetujuan terkait laporan magang dan mengajukan untuk proses sidang.