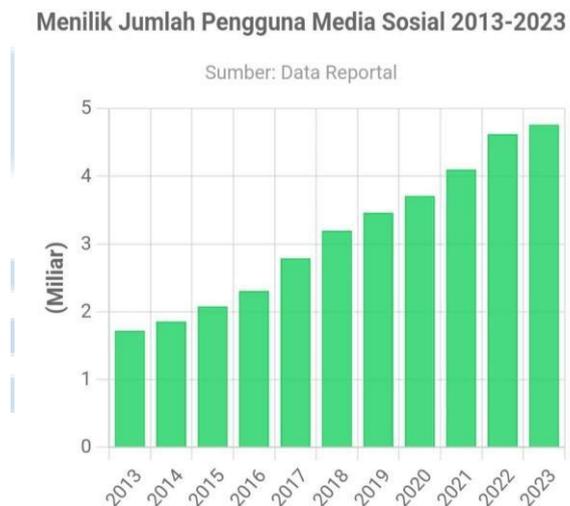


# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembang digital di era sekarang semakin maju dan modern seiring berkembangnya zaman dan tren yang berlangsung di masyarakat sekitar. Industri *digital marketing* juga merupakan salah satu fenomena yang mengalami transformasi yang cepat, terutama dalam penggunaan media sosial sebagai saluran utama membangun merek dan menggapai *audiens*. Data dan analisis berperan penting sebagai pembentukan strategi digital marketing yang efektif, dan inovasi teknologi serta algoritma *platform social media* yang terus beradaptasi dari para penggunanya yang semakin canggih. Maka, keberadaan media sosial menjadi akses informasi sekaligus ruang untuk penggunanya mengekspresikan diri (Herdiyani et al., 2022).



Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Media Sosial 2013- 2023  
Sumber: datareportal

*Social Media* berperan penting dalam strategi pemasaran perusahaan dalam menganalisis perubahan perilaku konsumen yang bergeser ke arah interaksi digital. Pemasaran *social media* adalah bentuk dari mempromosikan konten

bisnis dalam berbagai cara kepada pengguna *social media*. Hal tersebut dilakukan guna menemukan strategi yang tepat dalam menyebarkan informasi untuk mengarahkan tujuan bisnis dan peningkatan penjualan (Pratiwi, 2020). Pemasaran *social media* pada suatu perusahaan bertujuan untuk pencapaian profit sebagai tolak ukur berhasil atau tidaknya pencapaian tujuan melalui efektifitas dan efisiensi pengimplementasian strategi *social media* tersebut. Tidak hanya itu, perubahan kesuksesan *social media marketing* dapat dipengaruhi melalui konten yang menarik, konten yang dibagikan pada komunitas sosial, jaringan luas untuk membentuk interaksi, dan membentuk komunitas pada internet (Utami & Nawawi, 2022).

Connex by Marquee yang merupakan sebuah perusahaan pada bidang industri dan *event* memiliki tujuan sebagai pusat komunikasi serta interaksi pada para *stakeholder* eksternal. Pentingnya keberadaan *social media* pada perusahaan Connex by Marquee membangun kesadaran dalam memperluas pengaruh merek, meningkatkan keterlibatan *audiens*, dalam mencapai kesuksesan tujuan pada pemanfaat pemasaran *social media*. Peran *social media* memungkinkan Connex by Marquee terlibat secara langsung dengan pengikutnya serta pemangku kepentingan lainnya. Melalui *platform social media* berbagai perusahaan berinteraksi dengan *audiens* melalui komentar, pesan dari konten yang disajikan (Abdullah et al., 2022). Dengan adanya *feedback* para *audiens*, Connex by Marquee dapat menjadikan hal tersebut sebagai suatu identifikasi tren, pengukur efektivitas strategi pemasaran, dan menyesuaikan pendekatan sesuai dengan perubahan industri. Peran *Social Media Specialist* pada perusahaan Connex by Marquee akan menjadi pemfokusan dalam pengelolaan dan pengoptimalan keterlibatan perusahaan di berbagai *platform social media*. Sebagai *Social Media Specialist* pada perusahaan Connex by Marquee harus memiliki pemahaman mengenai *stakeholder* eksternal untuk menciptakan kerjasama dan konten yang relevan untuk *audiens*. Memahami target *audiens* perusahaan adalah kunci utama

dalam perancangan strategi *social media* yang efektif, baik itu dari segi demografi, minat, dan perilaku *audiens* sebagai tolak ukur pembuatan konten yang sesuai. Maka, pentingnya sebagai *Social Media Specialist* memahami secara mendalam mengenai aspek perusahaan agar secara efektif dapat merancang, melaksanakan, dan mengevaluasi strategi *social media* yang dapat berhasil mencapai tujuan perusahaan dan peningkatan *brand awareness* secara *online* (Watajdid et al., 2021).

## **1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang**

Aktivitas pelaksanaan kerja magang memiliki tujuan dalam mendapatkan gambaran mengenai aktivitas divisi media sosial pada perusahaan Connex by Marquee. Aktivitas pelaksanaan magang ini memiliki tujuan, yaitu:

- 1) Memahami praktik *Social Media Specialist* di perusahaan Connex by Marquee.
- 2) Mempraktikkan konsep yang dipelajari di mata kuliah *Social Media Marketing and Mobile Strategy* yang relevan dengan pekerjaan magang.
- 3) Mengembangkan *softskill* dan *hardskill* di bidang *Social Media Specialist*.
- 4) Mengembangkan *networking* dengan para karyawan di perusahaan Connex by Marquee.

## **1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Kegiatan kerja magang yang dilakukan berdurasi 640 jam atau 80 hari kerja, sesuai dengan kebijakan MBKM *Track 1* dan instruksi pihak Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Aktivitas pelaksanaan kerja magang dilaksanakan sesuai dengan prosedur perusahaan yang telah dinyatakan dalam perjanjian kontrak. Hari selaras dengan kerja magang dengan jadwal berikut:

Hari kerja : Senin- Jumat  
Jam kerja : 09.00 - 17.00 WIB  
Sistem Kerja : *Hybrid (WFO dan WFH)*

Jadwal terlampir dapat berubah jika terdapat kegiatan yang memungkinkan lembur atau izin. Selain itu, untuk mengejar durasi 640 jam dari kampus, pekerja magang juga berhak untuk mengajukan *extend* kegiatan magang pada perusahaan terkait jika terjadi kekurangan durasi.

### **1.3.2 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Ketentuan yang dilakukan oleh pekerja magang dalam rangka menyelesaikan MBKM *Track 1* adalah sebagai berikut:

#### **A. Proses Administrasi Kampus (UMN).**

- 1) Mengikuti seluruh kegiatan rangkaian pembekalan magang yang dilaksanakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN secara *offline* di *Function Hall* dan *online* menggunakan *Zoom Meeting*.
- 2) Mengisi Pra KRS dan KRS MBKM *Track 1* di *website* myumn.ac.id dengan persyaratan minimum menempuh 90 SKS dan tidak memiliki nilai D&E atau mengulang mata kuliah.
- 3) Mendapatkan kesempatan untuk mengajukan KM-01 lebih dari satu kali dengan mengisi Google Formulir yang disediakan Program Studi untuk memverifikasi bahwa lokasi magang memenuhi persyaratan dan mendapatkan persetujuan berupa KM-02 (Surat Pengantar Kerja Magang) dari Ketua Program Studi.
- 4) Melakukan pengisian dan mengirimkan formulir KM-01 di myumn.ac.id apabila telah menemukan perusahaan atau institusi yang sesuai.
- 5) Melakukan pengunduhan formulir KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang), KM-05 (Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang), KM-06 (Penilaian Kerja Magang), dan KM-07 (Verifikasi

Laporan Magang) yang dapat diisi sesuai dengan ketentuan untuk kebutuhan proses pembuatan laporan Magang MBKM *Track 1*.

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang.

- 1) Pekerja magang mengirimkan CV dan Resume pada aplikasi Indeed di laman perusahaan Marquee Group.
- 2) Mengikuti sesi pertama wawancara oleh HRD Marquee Group pada Kamis, 29 Februari 2024, pukul 10.15 WIB- 10.45 WIB.
- 3) Mengikuti sesi wawancara kedua dengan Connex *team* pada Jumat, 1 Maret 2024, pukul 12.00 WIB- 12.30 WIB.
- 4) Proses penerimaan praktik kerja magang di perusahaan Connex by Marquee dengan menerima informasi lolos melalui Email HR Marquee Group pada Jumat, 1 Maret 2024, pukul 16.27 WIB dan pekerja magang mengirimkan surat KM-02 Surat Pengantar Kerja Magang kepada perusahaan Marquee Group.
- 5) Pekerja magang menandatangani kontrak dengan perusahaan pada Senin, 4 Maret 2024 dengan persetujuan praktik kerja magang selama 6 bulan, yang dimulai pada Maret hingga Agustus.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang.

- 1) Aktivitas kerja magang dilakukan dengan posisi sebagai *Social Media Specialist*.
- 2) Penugasan dan kebutuhan informasi didampingi oleh *Manager Creative Marketing* Bapak Gempar Yudha Putra selaku Pembimbing lapangan dan *Community Executive Social Media* Ibu Annisa Mutiara Indriyanti.
- 3) Pengisian dan penandatanganan form KM-03 sampai dengan KM07 dilakukan pada saat proses praktik kerja magang berlangsung dan mengajukan lembar penilaian kerja magang (KM-06) kepada Pembimbing Lapangan pada saat periode magang berakhir.

D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang.

- 1) Penyusunan laporan kerja magang MBKM *Track 1* dibimbing oleh Ibu Intan Primadini selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan- pertemuan *luring*.
- 2) Laporan kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Ibu Cendera Rizky Anugerah Bangun selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.

E. Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui diajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang.

