

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pandemi Covid-19 yang terjadi pada tahun 2020 silam telah membawa perubahan gaya hidup bagi masyarakat Indonesia. Pandemi Covid-19 telah membuat masyarakat menjadi lebih sadar akan pentingnya menjaga kesehatan, dengan cara mengkonsumsi vitamin dan berolahraga. Gaya hidup masyarakat yang berubah, telah membuat permintaan akan produk-produk Kesehatan meningkat secara signifikan. Sehingga membuat banyak perusahaan untuk menciptakan produk kesehatan dan membuka peluang baru bagi *brand*. Pasca-pandemi Covid-19 telah membuat banyak perusahaan menciptakan produk kesehatan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat, termasuk PT Coolvita Maju Sehat yang memilih untuk masuk ke dalam kategori kesehatan. Dikarenakan banyaknya perusahaan yang mengeluarkan produk kesehatan, PT Coolvita Maju Sehat terdorong untuk selalu melakukan inovasi dalam produk kesehatan untuk dapat memenuhi kebutuhan pasar dan dapat bersaing dengan kompetitor. Tidak hanya itu, PT Coolvita Maju Sehat juga harus memperkuat citra perusahaannya sebagai perusahaan yang memiliki produk suplemen kesehatan. PT Coolvita Maju Sehat merupakan perusahaan yang baru berdiri kurang lebih 2 tahun, sehingga masih perlu untuk meningkatkan kesadaran merk dari masyarakat, untuk dapat memperluas pasar.

PT Coolvita Maju Sehat ingin memperkuat citra baik perusahaannya di masyarakat dan meningkatkan kesadaran merk serta loyalitas masyarakat, Maka dari itu PT Coolvita Maju Sehat memiliki bagian *Branding and Social media marketing*, yang bertugas untuk melakukan pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran merk, dan membangun citra baik perusahaan di masyarakat. PT Coolvita Maju Sehat merupakan perusahaan yang berada dalam tahap pengembangan dan pertumbuhan, dalam prosesnya PT Coolvita Maju

Sehat mengandalkan teknologi untuk meningkatkan kesadaran merk pada masyarakat, yang memerlukan inovasi, dan tingkat kreativitas yang tinggi.

Perusahaan yang sedang dalam tahap pengembangan perlu untuk menerapkan komunikasi pemasaran yang tepat. *Marketing communication* atau komunikasi pemasaran merupakan proses perusahaan dalam membangun hubungan dengan pelanggan, menciptakan nilai dari konsumen dan mendapatkan timbal balik dari hasil pemasaran tersebut. Dalam proses pemasarannya, perusahaan perlu mengetahui kebutuhan konsumen, membuat strategi pemasaran yang dapat memiliki nilai bagi konsumen, membuat program yang bisa menyampaikan nilai produk yang baik, menarik konsumen dan membangun hubungan baik dengan konsumen, yang nantinya akan menjadi keuntungan bagi perusahaan berupa profit ataupun kesetiaan konsumen. Dalam proses *marketing communication* yang dilakukan, pemasaran digital juga digunakan dalam tahap pemasaran. *digital marketing* merupakan pemasaran yang dilakukan melalui media *digital* dengan memanfaatkan berbagai sosial media. Dalam *marketing communication*, perusahaan juga melakukan aktivitas *branding*, untuk memperkuat nilai merk, dan kesadaran merk.

PT Coolvita Maju Sehat merupakan perusahaan yang sedang dalam tahap pengembangan dan pertumbuhan, sehingga dalam proses kerja magang, mahasiswa dapat belajar mengenai inovasi untuk dapat bersaing, kreativitas, pemecahan masalah, berpikir kritis, serta keterampilan kewirausahaan yang akan belajar mengenai memulai dan proses menjalankan bisnis dari tahap pengembangan, hingga menjadi perusahaan yang stabil. Selain itu, berdasarkan yang pernah dipelajari oleh penulis selama masa perkuliahan 5 semester yang diajarkan pada program studi Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara, penulis ingin menerapkan ilmu dan wawasan yang dimiliki pada proses kerja magang, dan ingin mempelajari proses alur kerja divisi *Branding and Social media marketing* pada perusahaan yang sedang dalam masa pertumbuhan dan pengembangan, yaitu PT Coolvita maju Sehat.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Magang merupakan salah satu kewajiban yang harus dipenuhi untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara, dengan memiliki syarat untuk magang yaitu sudah memenuhi dan lulus mata kuliah yang diambil, dapat mengambil program magang. Hal ini ditujukan agar mahasiswa dapat memperluas wawasan mengenai dunia kerja, untuk kedepan harinya. Maka dengan ini, adanya tujuan pelaksanaan kerja magang, yaitu:

1. Mengetahui proses kerja divisi *Branding and Social media marketing*, yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran merk, membangun citra baik di masyarakat, dan pemasaran untuk dapat bersaing dengan kompetitor.
2. Mendapatkan pengalaman kerja profesional, membangun networking dan relasi yang dapat berguna untuk menjadi peluang di masa depan.
3. Mengembangkan *soft skills soft skill* dalam dunia kerja, menambah wawasan, kreativitas, *critical thinking, problem solving*, serta mengembangkan hard skill dalam membuat konten yang persuasive yang menyesuaikan dengan media dan target pemasaran, dan kemampuan untuk merencanakan dan mengelola acara pemasaran.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Mahasiswa wajib memenuhi kewajibannya dalam proses magang di Universitas Multimedia Nusantara yaitu dengan waktu magang sebanyak 640 jam kerja dan 207 jam bimbingan oleh dosen pembimbing yang setara dengan 20 SKS dalam 1 semester. Kegiatan magang yang dilaksanakan di PT Coolvita Maju Sehat dalam divisi *branding and social media marketing*, berlangsung selama 3 bulan dan 3 minggu (24 hari), yang dilaksanakan mulai tanggal 29 Februari 2024 sampai dengan 21 Juni 2024. Aktivitas magang diadakan secara full WFO (*work from office*) dari hari senin hingga jumat. Kantor PT Coolvita Maju Sehat terletak di North Point unit 69-70,

Pagedangan BSD, Lengkong Kulon, Kec. Pagedangan, Kab. Tangerang Banten 15331. Jadwal kegiatan magang dimulai pada hari senin sampai dengan hari jumat dimulai pada pukul 9 pagi hingga 6 sore. Hari dan waktu pelaksanaan disesuaikan dengan seluruh karyawan PT Coolvita Maju Sehat dan tidak termasuk waktu lembur.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. *Pre internship*

Berikut merupakan seluruh prosedur yang dilakukan sebagai syarat untuk melakukan kegiatan magang:

1. Mengikuti pembekalan magang yang dilakukan untuk seluruh mahasiswa prodi Ilmu Komunikasi Angkatan 2021.
2. Mengisi KRS Internship di website resmi UMN yaitu, my.umn.ac.id, berdasarkan jadwal yang telah ditetapkan untuk Angkatan 2021 dengan syarat mahasiswa telah menempuh 110 SKS dan tidak terdapat nilai D dan E.
3. Mengisi dan mengajukan kartu magang (KM-01) melalui google form untuk verifikasi tempat magang yang memenuhi persyaratan kampus dan mendapatkan persetujuan.
4. Mendapatkan persetujuan dari kampus dan mendapatkan surat pengantar kerja magang (KM-02) yang telah disetujui oleh kepala prodi strategic communication yang kemudian dikirimkan melalui email student.
5. Mengajukan permohonan kerja magang kepada Immanuel selaku HRD pada perusahaan PT Coolvita Maju Sehat
6. Melengkapi data-data yang diperlukan pada website merdeka.umn.ac.id
7. Mahasiswa dapat mengisi daily task, kemudian supervisor akan dikirimkan email oleh UMN untuk dapat melakukan approval pada daily task yang telah diisi mahasiswa.

8. Selanjutnya mahasiswa memenuhi kebutuhan berkas pada KM-03, KM-04 (lembar kehadiran kerja magang), KM-05 (Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang), KM-06 (Penilaian Kerja Magang), KM-07 (Verifikasi Laporan Magang).
9. Membuat portofolio dan *curriculum vitae* yang mendukung untuk melakukan melamar kepada perusahaan
10. Melamar kepada PT Coolvita Maju Sehat dan memberikan *curriculum vitae* kepada HR PT Coolvita Maju Sehat
11. Mendapatkan panggilan dari HR PT Coolvita Maju Sehat untuk dapat melakukan interview tahap pertama dengan HR
12. Mendapatkan panggilan kedua dari HR PT Coolvita Maju Sehat untuk dapat melakukan interview tahap pertama user.
13. Mendapatkan surat penerimaan sebagai Internship di PT Coolvita Maju Sehat.
14. Menandatangani kontrak kerja magang untuk memulai proses kerja magang di PT Coolvita Maju Sehat pada tanggal 29 Februari 2024.

B. During internship

Berikut merupakan kegiatan yang dilalui selama pelaksanaan kerja magang:

1. Melaksanakan praktik kerja magang mulai dari tanggal 29 february 2024, yang dibimbing dan diperkenalkan melalui perusahaan PT Coolvita Maju Sehat, pengenalan serta penjelasan jobdesc, dan menjelaskan mengenai proses kerja dan tujuan dari Branding and *social media marketing* di PT Coolvita Maju Sehat
2. Melakukan tugas yang diberikan oleh Yolen selaku Asisstant *brand manager* dan Kaffa selaku *Brand manager* setiap harinya

3. Memenuhi kebutuhan berkas untuk KM-03 hingga KM-07

C. Post internship

Bimbingan dilakukan oleh Irwan Fakhruddin selaku dosen pembimbing magang. Dalam proses tersebut, laporan magang disusun dengan bimbingan beliau. Setelah laporan praktik magang selesai, laporan diserahkan dan menunggu persetujuan dari kepala program studi Ilmu Komunikasi. Laporan magang yang telah disetujui kemudian diajukan untuk proses sidang.

