

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Pada era globalisasi teknologi semakin berkembang jauh lebih baik dalam komunikasi dan internet, internet merupakan komunikasi antarmanusia yang disampaikan melalui komunikasi elektronik. Internet mempunyai dampak yang cukup besar di kehidupan manusia, khususnya di dunia pemasaran (Putranto, sryanto, & Ariadi, 2022). Banyak penjual menggunakan internet untuk menjadi salah satu kegiatan pemasaran. Untuk konsumen, dapat dengan mudah memperoleh informasi secara cepat meskipun adanya jarak yang jauh sekaligus. Media internet juga dapat menjadi opsi yang sangat ideal bagi pembisnis untuk mempromosikan produk agar dapat menjangkau lebih luas

Salah satu hasil dari berkembangnya teknologi dan internet adalah media sosial. Media sosial menjadi salah satu hal yang dapat diakses menggunakan internet. Terdapat banyak media sosial di seluruh dunia pada saat ini, diantaranya seperti, Tiktok, Instagram, YouTube dan masih banyak media sosial lain. *social media* menjadi peran penting dalam strategi *digital marketing* karena dapat meningkatkan *brand awareness*. Dalam penyusunan strategi pemasaran harus dilakukan dengan cermat, agar penjualan produk berhasil. (Jasri, Arfan, Hasanuddin, & Hasan, 2022).

Media sosial menjadi sebuah platform yang digunakan untuk menyebarkan informasi, sosial media marketing dapat memberikan kontribusi kepada pemasaran sehingga dapat meningkatkan penjualan. Membangun pesona dari *brand*, yang dapat menghasilkan konsumen baru. (Tifani, 2023). Agar keberhasilan sebuah *brand* dapat lebih meningkat, diperlukan juga *social media specialist* yang berperan untuk memaksimalkan dan mengontrol media dari brand. *social media specialist* berfokus kepada pembuatan konten kreatif yang menyesuaikan dengan gambaran dari perusahaan, membuat konten untuk media sosial perusahaan dan membuat

copywriting, berinteraksi dengan audiens, dan memonitori *insight* media sosial. (Betterteam, 2023).

Magang dilaksanakan di PT. Entropi Global Martech. PT. Entropi bermula dari tahun 2023, dengan membuat brand komunitas yaitu Glowmates Entropi merupakan agency digital marketing yang bekerja sama dengan Influencer dan brand koneksi, dengan kolaborasi sebanyak lebih dari 300 brand. Antara lain seperti Watson, Somethinc, Makarizo, Babymax, Whitelab, dan lainnya. Pada tahun 2024 Entropi fokus di agency TikTok, dan ingin menaikkan reputasi Agency Entropi agar lebih dikenal banyak orang, dengan penulis mengambil praktik kerja magang menjadi *social media specialist intern* membantu dalam membuat konten setiap hari sebanyak 2 video di TikTok Entropi dan 1 video di TikTok Glowmates/Gm\_Fashion untuk menaikkan *engagement*.

## **1.2. Maksud dan Tujuan Pelaksanaan magang**

Dalam kegiatan kerja magang ini penulis mempunyai maksud dan tujuan untuk mendapatkan bagaimana aktivitas *social media specialist* di PT. Entropi Global Martech dalam menciptakan konten. Secara terperinci kegiatan magang yang dilakukan penulis bertujuan untuk:

1. Mengetahui bagaimana cara kerja menjadi *social media specialist* di PT. Entropi Global Martech
2. Menerapkan pengetahuan yang sudah didapat selama menempuh perkuliahan 6 semester di Universitas Multimedia Nusantara
3. Melatih kemampuan soft skill seperti manajemen waktu, kreatifitas, *copywriting*

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

Dalam pelaksanaan program magang, di Universitas Multimedia Nusantara yang memberikan kewajiban mahasiswa untuk menjalankan magang selama 640 jam kerja dan 207 jam kerja bersama advisor, yang setara dengan 20 sks.

Proses kerja magang dimulai Tanggal 24 Juli 2024, dan berakhir di 22 November 2024. Dengan detail:

Nama perusahaan: PT. Entropi Martech

Waktu pelaksanaan: 24 Juli 2024 – 22 November 2024

Alamat: Jl. Scientia Boulevard

### 1.3.1 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

- 1) Sudah melengkapi semua syarat mata kuliah yang sesuai dengan peraturan yang telah diberikan oleh prodi, agar bisa mengambil magang Track 1
- 2) Mengikuti Bimbingan Akademik PraKRS bersama dengan dosen untuk mendapatkan pembekalan mengenai Magang Track 1
- 3) Mengisi KRS, untuk mendaftarkan diri mengikuti program Magang Track 1 yang dilakukan pada tanggal 12 Agustus 2024
- 4) Mengirimkan CV dan Portofolio di *Glints* kepada PT. Entropi Global Martech pada tanggal 23 Juli 2024
- 5) Melakukan Interview dengan HRD dari PT. Entropi Global Martech pada tanggal 23 Juli 2024
- 6) Mendapatkan keputusan diterima magang oleh PT. Entropi Global Martech pada tanggal 23 Juli 2024
- 7) Melengkapi beberapa data untuk proses registrasi tempat magang di [merdeka.umn.ac.id](http://merdeka.umn.ac.id) pada tanggal 13 Agustus 2024
- 8) Mulai magang sebagai *social media* di PT. Entropi Martech pada tanggal 24 Juli 2024

### B. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Kerja magang dilakukan dengan mengambil posisi sebagai *social media specialist intern*
- 2) Penugasan dan kebutuhan informasi, didampingi langsung oleh Jim Cen sebagai Owner dan Kak Talita sebagai Human Resources.

### C. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

- 1) Pengerjaan laporan kerja magang dibimbing langsung oleh Pak Zul selaku Dosen pembimbing, bimbingan dilakukan secara Zoom meeting dan tatap muka
- 2) Laporan kerja magang yang sudah selesai diserahkan kepada Kepala Program Studi
- 3) Laporan yang sudah disetujui kemudian dilanjutkan ke proses sidang

#### 1.3.2. Tahap Pelaksanaan Kerja Magang

Kerja magang yang dilaksanakan dengan mengambil posisi sebagai *social media specialist* di departemen marketing pada PT. Entropi Martech dengan ini penulis memiliki tanggung jawab dalam membuat konsep video, *shoot*, *editing* dan publikasi konten di *social media* Entropi yaitu Tiktok, Instagram, dan Youtube.

