

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan informasi telah menjadi faktor penting dalam berbagai bidang, termasuk pemasaran. Kemajuan teknologi modern mempermudah pengguna media digital dalam menyebarkan informasi, sehingga memudahkan pemasar untuk mengumpulkan data agar membuat produk mereka lebih menguntungkan. Salah satu penerapan teknologi informasi dalam pemasaran adalah penggunaan internet sebagai media pemasaran. Teknologi informasi dan komunikasi mencakup semua perangkat yang digunakan untuk memproses dan menyebarkan informasi. Perkembangan teknologi yang pesat berdampak besar pada kehidupan manusia.

Saat ini, Era industri 4.0 menjadi tren yang menekankan automasi dan pertukaran data melalui teknologi seperti sistem fisik, *internet of things*, dan komputasi awan. Perkembangan ini berlanjut ke era *society 5.0*, di mana aktivitas manusia berfokus pada penggunaan teknologi sebagai bagian penting dari kehidupan sehari-hari (Lestari, 2018). Dalam menggunakan sosial media untuk kegiatan pemasaran, PT. Jala Niaga Elok (JNE) perlu memerhatikan kualitas konten, menjaga konsistensi, serta aktif dengan audiens dan merespons umpan balik serta pertanyaan yang masuk. Dengan pengelolaan media sosial yang tepat, PT. Jala Niaga Elok (JNE) dapat memperkuat citra dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Media sosial secara keseluruhan telah menjadi alat penting dalam pemasaran digital.

Dalam era digital yang semakin terhubung, platform media sosial memainkan peran vital dalam komunikasi antara perusahaan dan audiens. Mereka memfasilitasi interaksi langsung yang memungkinkan perusahaan untuk lebih mendekatkan diri kepada konsumen. Promosi produk menjadi lebih efektif berkat akses yang mudah ke berbagai kalangan. Oleh karena itu, menjaga kualitas konten dan reputasi perusahaan sangat penting. Interaksi positif dengan pengguna juga

berkontribusi pada citra merek yang baik. Instagram, misalnya, sangat berfokus pada elemen visual, menjadikannya sebagai alat pemasaran yang kuat. Ketertarikan manusia terhadap konten visual yang menarik menjadi kunci dalam mencapai tujuan bisnis.

Profesi *Content Creator* saat ini tengah menjadi salah satu karir yang paling diminati, terutama dalam era digital yang terus berkembang pesat. Dalam hal ini, Seseorang *Content Creator* memiliki tanggung jawab sangat penting. Mereka berperan dalam menciptakan konten menarik yang dapat memikat minat konsumen dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian produk yang ditawarkan perusahaan. Konten yang di buat oleh *Content Creator*, bisa hadir dalam berbagai bentuk, seperti tulisan, gambar, maupun video. Konten-konten ini biasanya di distribusikan melalui berbagai platform digital seperti media sosial dan situs web.

Menurut Sundawa dan Trigartanti (2018), *Content Creator* adalah individu yang berperan dalam menyebarkan informasi melalui gambar, video, dan tulisan. Pandangan ini sejalan dengan Huotari dkk (2015), yang menekankan bahwa *Content Creator* mendistribusikan konten di berbagai platform, termasuk media sosial. Sebagai suatu profesi, mereka bertanggung jawab untuk menghasilkan konten yang memberikan nilai, baik dalam bentuk edukasi maupun hiburan, di dunia digital. *Content Creator* dapat membuat berbagai jenis konten di banyak platform, seperti foto, video, podcast, dan artikel.

Tugas utama *Content Creator* mencakup pengumpulan ide dan data, riset, pengembangan konsep, serta penciptaan konten yang selaras dengan identitas dan branding yang diinginkan. Mereka memiliki kesamaan dengan influencer, karena keduanya menciptakan konten digital untuk membangun dan berinteraksi dengan audiens. Selain itu, mereka juga harus mahir dalam mengelola media sosial dan menghasilkan konten yang autentik, sehingga dapat menarik minat serta disukai oleh audiens mereka.

Peraktik kerja magang merupakan salah satu tugas wajib yang dilakukan oleh mahasiswa S1 film , Fakultas Seni dan Desain , Universitas Multimedia Nusantara sebagai salah satu syarat wajib kelulusan. Dengan diadakannya magang ini penulis dapat mempraktikkan teori yang dipelajari selama perkuliahan di dalam

dunia kerja. Dan juga dapat mengasah kemampuan untuk mengetahui informasi banyak tentang pekerjaan seorang *Content Creator*.

Dengan data yang sudah ditulis oleh penulis di atas tentang peran dan pekerjaan yang dilakukan oleh divisi *Content Creator Marketing*, Penulis berhasil menerapkan berbagai konsep yang telah diajarkan selama perkuliahan ke PT Jala Niaga Elok. Seperti, *Content Creator* dimana penulis mencari konsep-konsep lalu dibuat menjadi sebuah konten video yang menarik dan informatif. Hingga melakukan promosi secara digital.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Magang atau *internship* yang diwajibkan oleh kampus merupakan program penting bagi mahasiswa untuk menghubungkan pengetahuan akademis dan praktek di dunia kerja. Program ini biasanya menjadi syarat kelulusan, dimana mahasiswa harus bekerja di perusahaan atau instansi yang relevan dengan bidang studi. Pengalaman ini menjadi jembatan antara dunia akademis dan industri, serta membantu mahasiswa lebih siap menghadapi tantangan karier setelah lulus. Adapun maksud dan tujuan kerja magang :

1. Memperluas jaringan profesional dan relasi di lingkungan industri
2. Mempelajari strategi marketing yang dilakukan oleh divisi *Content Creator* dalam menarik minat konsumen untuk memakai jasanya.
3. Mempelajari pekerjaan menjadi seorang *Content Creator* dalam membuat iklan promosi, *copywriting* atau konten promosi di media sosial khususnya instagram.
4. Melatih bersikap disiplin dan bertanggung jawab di lingkungan pekerjaan.
5. Meningkatkan wawasan mengenai dinamika serta tantangan yang ada di dunia kerja.

Sedangkan tujuan dari kerja magang yaitu :

1. Mengetahui strategi marketing yang digunakan oleh divisi *Content Creator* PT Jala Niaga Elok (JNE) dalam menarik konsumen untuk memakai jasanya.

2. Untuk mendapatkan sebuah ilmu dan wawasan dalam menjalankan kegiatan magang di PT Jala Niaga Elok (JNE)
3. Mengetahui pekerjaan seorang *Content Creator* dalam proses pembuatan konten dan dipromosikan ke media sosial khususnya instagram
4. Untuk bersikap disiplin dan bertanggung jawab di dalam pekerjaan.

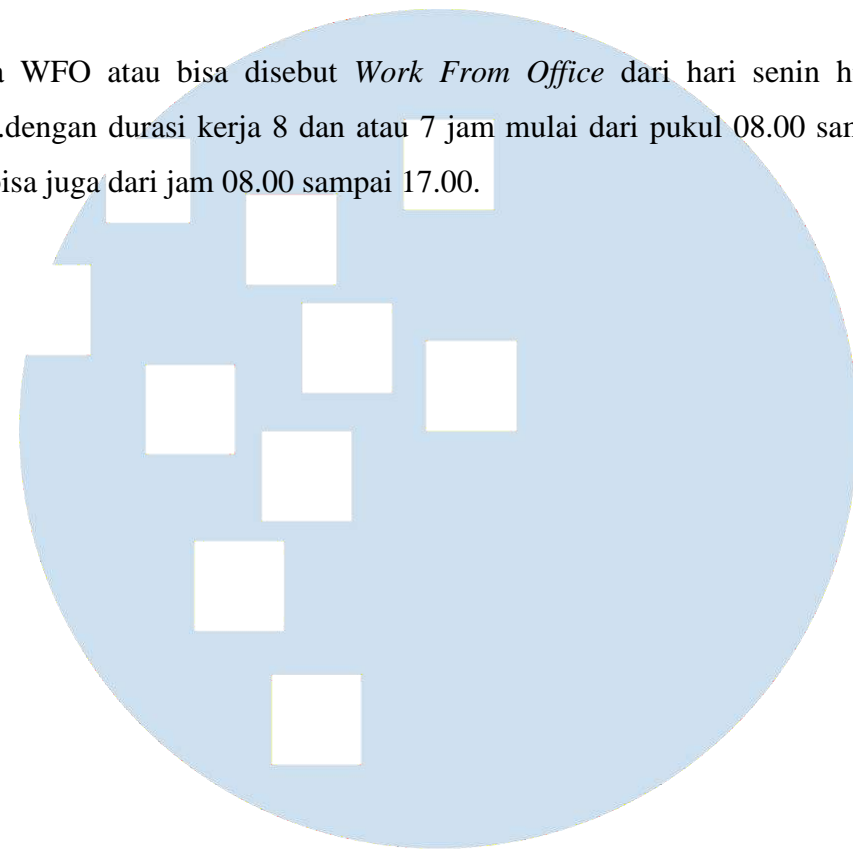
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur praktek kerja magang dimulai dengan mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Film & Animasi di Universitas Multimedia Nusantara. Selanjutnya, penulis menyusun CV dan portofolio berdasarkan pengalaman yang dimiliki, lalu mencari perusahaan yang membuka lowongan untuk posisi magang sesuai jurusan. Setelah menemukan PT Jala Niaga Elok, penulis mengirimkan CV dan portofolio pada tanggal 20 Juli 2024 dan mengajukan permohonan transkrip nilai ke Gapura Universitas Multimedia Nusantara. Setelah registrasi di merdeka.umn.ac.id dan mendapatkan persetujuan dosen, penulis mengunduh surat pengantar magang dan menerima panggilan wawancara dari Departemen Sumber Daya Manusia pada tanggal 26 Juli 2024.

Wawancara dilakukan dengan Bapak Yuki dari Departemen Sumber Daya Manusia pada tanggal 30 Juli 2024, yang kemudian diikuti dengan penerimaan surat resmi magang pada tanggal 5 Agustus 2024. Penulis kemudian mengisi registrasi lengkap di website Merdeka.umn.ac.id dan memulai program kerja magang pada tanggal yang sama. Selama magang, penulis mengisi *daily task* di platform yang telah ditentukan, mengikuti bimbingan dari dosen Umi Lestari, dan menyusun laporan kerja magang sebagai syarat untuk mengikuti sidang, sesuai dengan arahan dosen pembimbing dan format MBKM *Internship Track 1*.

Dalam proses pelaksanaan kerja magang di PT Jala Niaga Elok (JNE) berlangsung kurang lebih selama kurang lebih 4 bulan . terhitung sejak 5 Agustus 2024 sampai dengan 29 November 2024, sesuai dengan kontak kerja yang sudah di sepakati oleh penulis dan perusahaan. penulis melakukan praktek kerja magang

secara WFO atau bisa disebut *Work From Office* dari hari senin hingga hari jumat.dengan durasi kerja 8 dan atau 7 jam mulai dari pukul 08.00 sampai 16.00 atau bisa juga dari jam 08.00 sampai 17.00.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA