

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Setiap individu memiliki pilihan untuk menggunakan media yang akan mereka gunakan, masing-masing individu mempunyai pilihan dan minat yang berbeda. Media sosial menyediakan banyak platform yang dapat diakses oleh penggunanya sesuai dengan minat dan kebutuhan penggunanya. Terutama dalam era digital yang semakin pesat dan dengan adanya media sosial dapat memudahkan para penggunanya untuk mengakses beragam jenis informasi yang ingin dicari dan digunakan. Orang yang menggunakan media sosial dapat dengan mudah untuk mencari hal yang mereka ingin gunakan, salah satunya adalah penggunaan media sosial sebagai media perbelanjaan online, yang memudahkan para penggunanya untuk berbelanja secara online tanpa harus mendatangi lokasi, jadi tidak perlu mengkhawatirkan soal waktu dan biaya pengeluaran yang berlebih. Dengan adanya internet, penggunanya akan dapat mudah mengakses media sosial dimana saja dan kapan saja.

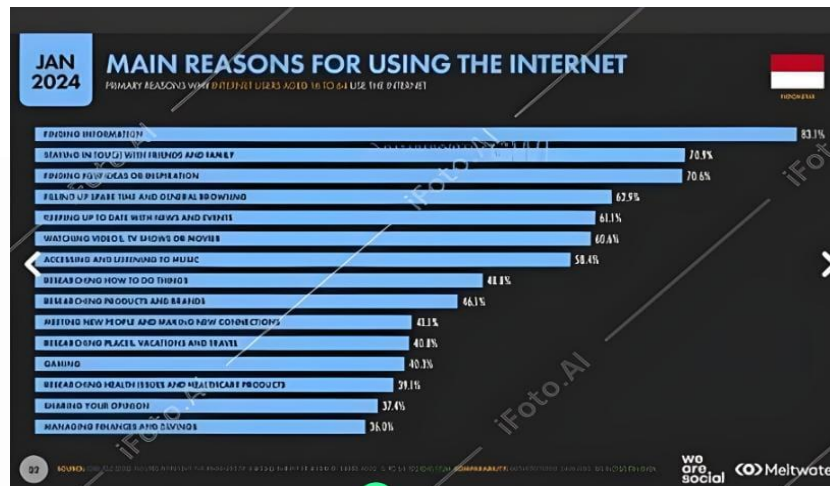
Pemasaran produk melalui media sosial dan platform online merupakan salah satu cara yang efektif untuk menjangkau konsumen, salah satu perusahaan yang memanfaatkan tren sesuai perkembangan zaman ini adalah Queen Secret Coffee dalam melaksanakan rebranding produk menjadi QSC Female yang merupakan brand minuman herbal yang mengandung kopi dan memanfaatkan konsep premium dengan produk “berkualitas tinggi” untuk tetap eksis bersaing dan berkembang ditengah persaingan yang ketat, selain itu QSC memiliki inovasi khusus untuk menciptakan produk dengan segmen wanita dengan keluhan menstruasi yang tidak lancar.

Pengguna internet dapat mencari dan membaca berita apa saja yang mereka pilih dengan mengakses media yang mereka pilih. Menurut laporan survey internet,



Gambar 1. 1 Data Reportal jumlah pengguna internet di indonesia (sumber: diambil dari website kompasiana)

Menurut Data Reportal, Jumlah pengguna internet pada tahun 2024 sebanyak 5,35 M sama dengan 64,9% jumlah populasi di dunia dengan total 8,08 M manusia. Menurut Data Reportal sejak bulan Januari tahun 2024 keadaan digital di Indonesia tahun 2024. Jumlah Populasi 278,7 manusia, dan 185,3 juta pengguna Internet di Indonesia mencapai 66,5% dari total populasi pada awal tahun 2024, pada Januari 2024 Indonesia memiliki 139 juta pengguna media sosial 49,9% dari jumlah populasi dengan 353,3 juta sambungan seluler yang aktif, setara dengan 126,8% dari total penduduk.



Gambar 1. 2 Data Reportal 2024 Waktu Pengguna Internet di Indonesia (sumber: diambil dari website Kompasiana)

Berdasarkan gambar diatas tertera waktu yang digunakan pengguna internet selama 7 jam 38 menit dalam kurun waktu 1 hari. Waktu pengguna internet untuk mengakses media sosial selama 3 jam 11 menit dalam sehari. Dapat disimpulkan bahwa alasan pengguna internet menggunakan internet, salah satunya adalah mencari informasi, berkomunikasi dengan orang terdekat, mencari ide, mencari hal yang diinginkan, update berita terbaru, dan mencari relasi. Dari data tersebut banyak jenis aplikasi online yang membuat media sosial yang beragam untuk menarik minat para penikmat media sosial, salah satunya minat membaca. Salah satu media online yang ada dalam media sosial yaitu media sosial yang dimiliki oleh Amira heksa seperti Instagram, TikTok, Facebook, Snack Video dan Website.

Salah satu media sosial yang dimiliki oleh Amira Heksa yaitu website dimana website ini yang menjadi ranah bagi pemegang untuk melakukan tugas magang selama berada di Amira sebagai Content Writer, Aktivitas content writer dalam implementasi pemasaran produk ini melibatkan pembuatan artikel, konten media sosial, dan materi promosi lainnya. Dengan tujuan utama untuk meningkatkan awareness dan penjualan, content writer perlu memahami audiens yang ingin dijangkau, serta bagaimana cara menyampaikan pesan pemasaran yang efektif. Oleh karena itu, laporan magang ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis peran content writer dalam pemasaran produk QSC Female dan bagaimana konten yang

dibuat dapat mendukung keberhasilan strategi pemasaran tersebut. Media sosial memberitakan banyak hal, mulai dari fashion, kuliner, obat-obatan, hobi, hingga banyak hal lainnya. Pemegang mempunyai ketertarikan dalam hal-hal yang seperti berita terkini, dengan bekal dan juga pengetahuan terkait hal tersebut Pemegang tertarik untuk melaksanakan magang di Amira Heksa International anak perusahaan PT. Heksatamaprima, sebagai content writer. Pemegang memiliki tugas untuk membuat artikel setiap harinya dengan beberapa tema yang telah ditentukan, selain itu Pemegang sempat memposting beberapa video dan menuliskan caption untuk di posting kedalam media sosial Queen Secret Coffee.

Dengan adanya rebranding produk dari Queen Secret Coffee menjadi QSC Female, menjadikan produk baru ini sebagai produk kesehatan yang mengandung kopi dengan rasa yang lebih ringan, aroma yang lebih lembut, dan kemasan yang lebih elegan dari sebelumnya, selain ditujukan khusus untuk para perempuan yang mendambakan kopi dengan karakteristik tersebut rebranding ini juga bertujuan untuk meningkatkan kualitas produk dari sebelumnya. Dalam upaya untuk memperkenalkan produk ini kepada khalayak yang lebih luas, peran seorang content writer menjadi sangat penting. Sebagai bagian dari tim pemasaran, content writer bertanggung jawab untuk membuat konten yang menarik, informatif, dan sesuai dengan citra dan kesadaran konsumen terhadap brand QSC Female. Pemilihan tempat magang di Amira Heksainternational memiliki dasar yang kuat, baik dari segi pengembangan diri maupun kesempatan untuk terlibat dalam industri yang sedang berkembang pesat. Amira Heksainternational adalah anak perusahaan dari PT. Heksatama Prima yang bergerak di bidang yang relevan dengan minat dan keahlian saya. Keputusan untuk melamar di PT. Heksatama Prima dan akhirnya diterima untuk magang di Amira Heksainternational memberikan saya kesempatan yang sangat berharga untuk mengembangkan keterampilan dan wawasan dalam lingkungan yang profesional.

Sebagai perusahaan yang memiliki reputasi baik, PT. Heksatama Prima dan anak perusahaannya, Amira Heksainternational, dikenal memiliki standar tinggi dalam kualitas layanan dan pengelolaan operasional. Dalam hal ini, Amira Heksainternational menawarkan peluang yang sangat baik bagi untuk terlibat langsung dalam berbagai kegiatan perusahaan yang mendukung pengembangan karier di bidang manajerial, operasional, dan teknis. Selain itu, keterlibatan dalam anak perusahaan yang memiliki relasi dengan perusahaan induk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang ekosistem bisnis yang terintegrasi. Perkembangan teknologi dan media digital telah mengubah pola pemasaran produk, termasuk di sektor industri kopi yang semakin kompetitif. Salah satu strategi pemasaran yang efektif adalah melalui pembuatan konten kreatif yang dapat menarik perhatian audiens. Dalam hal ini, peran content writer menjadi sangat penting untuk mendukung kampanye pemasaran, seperti yang diterapkan oleh Queen Secret Coffee (QSC). QSC merupakan brand kopi yang bertransformasi menjadi QSC Female, sebuah identitas baru yang menargetkan pasar perempuan modern yang dinamis dan berdaya. Sebagai seorang content writer, tugas utama melibatkan penciptaan konten yang tidak hanya informatif tetapi juga mampu menciptakan engagement dengan audiens. Dalam konteks ini, konten yang dihasilkan harus relevan dengan nilai-nilai yang diusung oleh QSC Female, seperti pemberdayaan perempuan, gaya hidup sehat, dan kecintaan pada kopi. Pekerjaan ini memerlukan pemahaman mendalam mengenai audiens target, brand identity, serta tren pemasaran digital yang terus berkembang.

Selama masa magang, saya bertanggung jawab dalam berbagai aktivitas content writing yang meliputi penulisan artikel blog, pembuatan caption media sosial, hingga pengembangan konsep kampanye digital. Penekanan diberikan pada penggunaan narasi yang personal, menarik, dan menginspirasi. Misalnya, artikel yang mengangkat kisah perempuan inspiratif yang memulai hari dengan secangkir kopi QSC Female menjadi salah satu konten utama dalam strategi pemasaran ini. Pembuatan konten visual dan

copywriting untuk iklan digital juga menjadi bagian dari tanggung jawab saya. Hal ini mencakup penulisan tagline, headline, dan call-to-action yang menarik untuk meningkatkan konversi. Dengan memahami algoritma media sosial, konten-konten tersebut dioptimalkan agar mampu menjangkau audiens secara lebih luas. Strategi ini sejalan dengan tujuan brand untuk memperkuat posisinya di pasar dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Selain itu, saya juga terlibat dalam analisis performa konten melalui tools seperti Google Analytics dan platform media sosial. Data yang diperoleh digunakan untuk mengukur efektivitas konten yang telah dibuat sekaligus menjadi dasar pengembangan strategi konten berikutnya. Hal ini membuktikan bahwa pekerjaan content writer tidak hanya sebatas pada penciptaan konten, tetapi juga melibatkan evaluasi untuk memastikan keberhasilan pemasaran produk. Kolaborasi dengan tim desain grafis, fotografer, dan videografer menjadi bagian integral dalam pekerjaan ini. Bersama mereka, saya merancang konten visual yang menarik dan selaras dengan narasi brand. Sinergi antar tim ini memastikan setiap elemen dalam kampanye pemasaran bekerja secara harmonis untuk menciptakan pengalaman yang konsisten bagi audiens.

Melalui pengalaman ini, saya mendapatkan wawasan mendalam tentang bagaimana peran content writer dapat memengaruhi kesuksesan sebuah kampanye pemasaran. Dengan pendekatan yang terstruktur dan kreatif, content writer mampu menjembatani kebutuhan brand dan audiens, menciptakan hubungan emosional yang kuat, serta mendukung pencapaian tujuan pemasaran secara keseluruhan.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dari mengikuti kerja magang adalah untuk mengaplikasikan ilmu yang telah dipelajari di kampus dalam situasi dan kondisi dunia kerja yang sesungguhnya. Aktivitas Pelaksanaan kerja magang merupakan kegiatan yang memiliki tujuan untuk mendapatkan pengalaman serta

gambaran di dalam industri kerja dalam dunia sosial media, khususnya aktivitas pelaksanaan magang ini memberikan kesempatan bagi Pemegang untuk memperoleh pengalaman praktis yang sangat berharga, yang tidak bisa didapatkan hanya melalui teori. Seperti :

1. Mengimplementasikan ilmu yang didapat selama perkuliahan ke dalam lingkup pekerjaan secara nyata terutama dalam bidang content writer.
2. Mengetahui dan menambah pengalaman bekerja secara langsung sebagai content writer dalam sebuah media sosial.
3. Mengetahui aktivitas dan tanggung jawab yang dimiliki oleh divisi sosial media dalam bidang content writer pada brand Queen Secret Coffee.
4. Mengasah kemampuan komunikasi personal dan interpersonal dalam konteks untuk mencapai kesuksesan pemasaran produk, berfikir kritis, berkoordinasi dengan kepala divisi, dan kerjasama dengan tim media sosial lainnya.
5. Meningkatkan keterampilan seperti manajemen waktu, komunikasi, dan kerjasama tim. Keterampilan ini sangat penting untuk mendukung karier di masa depan dan membantu beradaptasi dengan tuntutan dunia profesional yang sangat dinamis.

Tujuan lain dari magang adalah untuk memperluas jaringan profesional. Selama magang, Pemegang berkesempatan untuk bertemu dengan banyak orang yang memiliki pengalaman dan latar belakang berbeda. Jaringan ini sangat penting karena dapat membuka peluang karier di masa depan, baik dalam bentuk referensi kerja, informasi tentang lowongan pekerjaan, atau peluang kolaborasi. Dengan begitu, magang tidak hanya memberikan pengalaman kerja, tetapi juga meningkatkan prospek karier setelah lulus nanti.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Magang

Waktu pelaksanaan kerja magang di Amira Heksainternational berlangsung selama 3 bulan, yang terbagi dalam periode tertentu sesuai dengan jadwal yang telah disepakati bersama antara pemegang dengan perusahaan. Selama periode magang, mahasiswa akan bekerja di lingkungan perusahaan dan terlibat dalam berbagai kegiatan operasional yang relevan dengan bidang yang ditekuni. Pelaksanaan kerja magang bersifat Work From Home (WFH) dan Work From Office (WFO) yang dilaksanakan selama 5 hari, yaitu hari senin-jumat selama 4 bulan. Proses kerja magang pada hari senin dilakukan di kantor (WFO) sebagai hari wajib masuk untuk seluruh karyawan, dan di hari berikutnya selasa hingga jum'at dilakukan dirumah (WFH). Selama tiga bulan, mahasiswa bisa hadir ke kantor di hari apa saja mulai dari selasa hingga jumat, kecuali hari senin, yang merupakan hari wajib untuk datang ke kantor. Magang dimulai dari tanggal 2 september hingga 26 desember, sesuai dengan Arahan Kampus dan rencana studi. Lokasi Magang berada di PT. Heksatama prima, Jl. Krakatau, RT.009/RW.005, Jatiwarna, Kec. Pd. Melati, Kota Bks, Jawa Barat 17415.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Magang

A. Proses Administrasi Kampus

1. Mengikuti Zoom yang membahas tentang rangkaian acara terkait pembekalan magang yang diadakan oleh Prodi Ilmu Komunikasi.
2. Melakukan pengisian KRS Intership Track 1 sejumlah 20 sks pada my.umn.ac.id dengan ketentuan yaitu telah menyelesaikan minimal 110 sks dan tidak ada nilai D dan E.
3. Pengajuan transkrip nilai sementara dari semester awal hingga semester akhir pada form request di www.gapura.umn.ac.id
4. Melakukan pengajuan dan perizinan perusahaan tempat magang melalui form KM-01 dari pihak kampus.

5. Melakukan proses registrasi terkait data perusahaan dan supervisi lapangan melalui merdeka.umn.ac.id.
6. Menerima form KM-03 (Kartu Kerja Magang) dan diserahkan kepada pihak perusahaan.
7. Mengunduh form KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang) untuk mengisi jadwal kehadiran kegiatan magang.
8. Menerima KM-05 berupa Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang, KM-06 berupa Penilaian Kerja Magang dan KM-07 berupa Verifikasi Laporan Kerja Magang.

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Kerja Magang

1. Proses pengajuan praktik kerja magang dengan mengirimkan curriculum vitae pada tanggal 28 Agustus 2024, dan Melakukan Interview pada tanggal 29 Agustus 2024.
2. Mengirim KM-02 pada tanggal 07 Oktober 2024.
3. Penerimaan dan mulai kerja magang pada tanggal 2 September 2024.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

1. Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai *content witer* pada website amira.heksa.
2. Penugasan menulis artikel website didampingi oleh ketua divisi media sosial, Aulia Apriane Putri selaku pembimbing Lapangan.
3. Pengisian dan penandatanganan form KM-03 sampai KM-04 dilakukan pada saat praktik kerja magang berlangsung dan mengajukan lembar penilaian kerja magang KM-06 kepada pembimbing lapangan pada akhir periode magang.

D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

1. Pembuatan laporan praktik kerja magang di bimbing oleh Bapak Silvanus Alvin, selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan Zoom Meeting.

2. Laporan Praktik kerja magang diserahkan kepada kepala Program Studi Ilmu Komunikasi untuk mendapatkan persetujuan.

E. Laporan Praktik Kerja Magang disetujui dan dilanjutkan

