

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan pesat dunia digital, pemasaran melalui media sosial (*social media marketing*) telah menjadi salah satu elemen yang sangat penting dalam strategi bisnis perusahaan di berbagai industri. Saat ini banyak sekali penjualan yang sudah beralih dari *offline* menjadi *online*. Tentunya karena perkembangan zaman, promosi dan penjualan bisa dilakukan lewat media sosial dan internet. Hal ini dilakukan karena penjualan secara *online* dapat memudahkan banyak pihak, baik pihak penjual maupun pihak pembeli, dan tentu saja dengan menggunakan media sosial dan internet lebih mudah untuk diakses baik bagi penjual maupun pembeli. Dengan adanya penjualan secara *online*, penjual dapat memperluas jangkauan pasar mereka dan pembeli yang berada jauh dari toko pun tetap bisa berbelanja karena dimudahkan oleh adanya sistem penjualan *online*. Untuk membantu penjualan tentu saja memerlukan promosi atau pengenalan sebuah *brand* atau produk melalui sosial media, dari sosial media dapat dilakukan promosi yang lebih praktis dan juga jangkauan yang lebih luas karena banyaknya masyarakat yang menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Perkembangan digital ini memiliki peran yang cukup penting karena melalui digital dapat menambah *awareness* terhadap *brand*.

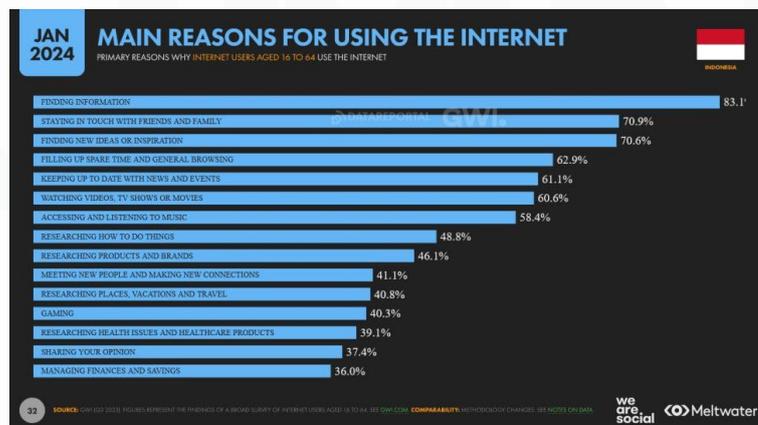
Internet memiliki dampak yang besar pada banyak aspek keberadaan manusia khususnya dunia pemasaran (Putranto, Suyanto, & Ariadi, 2022). Pengguna aktif internet pada tahun 2024 mencapai lebih dari 220 juta orang. Berdasarkan data APJII 2024, angka tersebut melebihi 70% populasi Indonesia (Komdigi, 2024). Pengguna media sosial menurut Slice.id, tercatat jumlah penggunanya mencapai 139 juta orang. Dengan rata-rata penggunaan media sosial sebanyak 3 jam 11 menit dan pengguna terbanyak berada pada *platform* Tiktok.



Gambar 1.1 Pengguna Media Sosial 2024

Sumber : Slice.id

Pengguna internet di Indonesia tentu saja memiliki alasan mengapa mereka menggunakan internet. Menurut We Are Social, sebanyak 83,1% menggunakan internet untuk menemukan informasi, 70,9% untuk berhubungan dengan teman dan keluarga, 70,6% untuk menemukan ide atau inspirasi, dan 62,9% untuk mengisi waktu luang.



Gambar 1.2 Alasan Menggunakan Internet Januari 2024

Sumber : We Are Social

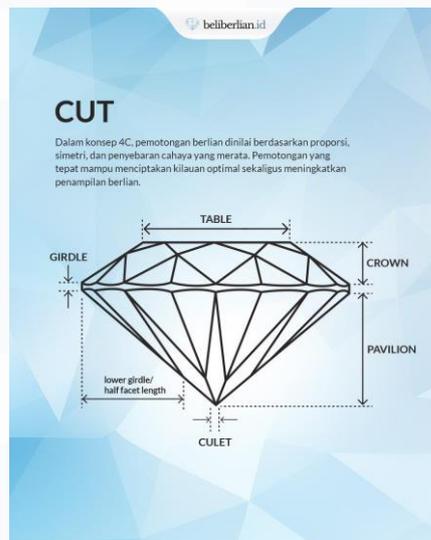
Karena banyaknya pengguna media sosial, tentu saja saat ini media sosial menjadi hal yang penting dalam kehidupan kita sehari-hari. Media sosial merupakan sebuah sarana atau wadah digunakan untuk mempermudah interaksi diantara sesama pengguna dan mempunyai sifat komunikasi dua arah, media sosial juga sering digunakan untuk membangun citra diri atau profil seseorang, dan juga dapat dimanfaatkan oleh perusahaan sebagai media pemasaran (Ardiansah dan Maharani, 2021). Media sosial juga menjadi salah satu tempat dimana sebuah konten dapat dipromosikan dan didistribusikan.

Media sosial di zaman sekarang sangat penting, terutama dalam membantu perusahaan mempromosikan produk mereka, karena media sosial mampu meningkatkan hubungan antar perusahaan dan konsumen, media sosial juga mampu meningkatkan *brand awareness* dan *engagement*, yang akan memudahkan perusahaan untuk mempromosikan produk dan berinteraksi dengan konsumen, serta media sosial juga meningkatkan efisiensi perusahaan dalam riset dan survey kepada konsumen. Terlebih dalam industri perhiasan, di mana citra merek, kepercayaan pelanggan, dan visualisasi produk memegang peranan yang sangat besar.

Pentingnya media sosial tentu saja disadari oleh Beliberlian.id. PT. Cahaya Sani Vokasi atau Beliberlian.id, merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang perhiasan berlian dengan komitmen untuk memberikan kualitas terbaik dan inovasi dalam setiap produk yang dihasilkannya. Sejalan dengan visi perusahaan untuk terus berkembang, Beliberlian.id memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk memperkenalkan produk, menjalin hubungan dengan pelanggan, serta membangun *brand awareness*. Beliberlian.id menggunakan sosial media sebagai wadah untuk promosi dan menjual produk mereka. Melalui media sosial, Beliberlian.id juga bisa memberikan edukasi mengenai berlian dan memberikan konten menarik untuk membuat masyarakat semakin mengenal Beliberlian.id.

Berlian merupakan salah satu jenis batu permata yang paling bernilai dan terkenal. Berlian berbeda dari jenis batu perhiasan lainnya dan dengan sesama berlian pun memiliki harga yang berbeda. Perbedaan ini terjadi karena dalam

berlian terdapat pemotongan berlian yang berbeda, kemudian warna dari berlian itu sendiri juga terbagi menjadi beberapa warna seperti *colorless*, *near colorless*, *faint yellow*, *very light yellow*, dan *light yellow*, kemudian kecacatan yang dimiliki pada berlian, dan carat yang dimiliki oleh berlian.



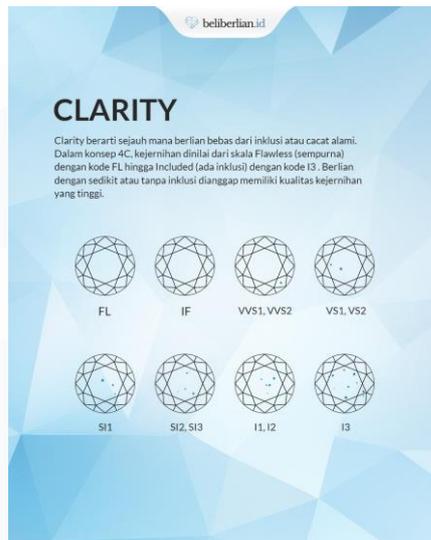
Gambar 1.3 *Cut* Berlian

Sumber : Instagram Berliberlian.id

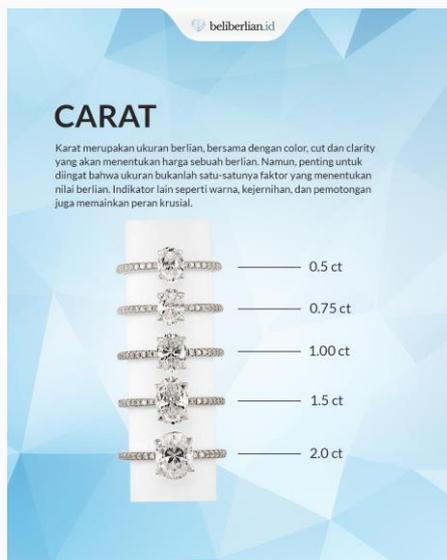


Gambar 1.4 *Color* Berlian

Sumber : Instagram Berliberlian.id



Gambar 1.5 *Clarity* Berlian
 Sumber : Instagram Berliberlian.id



Gambar 1.6 *Carat* Berlian
 Sumber : Instagram Berliberlian.id

Beliberlian.id menasar anak muda sebagai target pasarnya. Hal ini dikarenakan *brand* Beliberlian.id memiliki *design* yang lebih *modern* dan *simple* serta harga yang lebih terjangkau sehingga Beliberlian.id sangat relevan dengan anak muda sebagai target pasarnya.

Berlian merupakan salah satu perhiasan yang nilainya meroket. Bentuk batu berlian hanya ada satu karena tidak ada dua berlian yang sama persis di dunia ini. Setiap berlian memiliki keunikan masing-masing. Berlian sendiri dapat menjadi investasi jangka panjang karena harganya akan terus naik seiring berjalannya waktu.

Sebagai perusahaan yang dinamis dan berkembang, PT. Cahaya Sani Vokasi memiliki tujuan untuk meningkatkan kehadirannya di platform digital, khususnya media sosial. Dalam hal ini, kegiatan pengelolaan akun media sosial menjadi sangat krusial. Oleh karena itu, peran seorang *Social Media Intern* menjadi sangat penting dalam membantu perusahaan untuk mencapai tujuan tersebut. Melalui program magang ini, penulis diberikan kesempatan untuk terlibat langsung dalam berbagai kegiatan yang berkaitan dengan manajemen akun media sosial, dan pembuatan konten.

Penulis memilih Beliberlian.id sebagai tempat untuk kerja magang karena ingin mengenal dunia industri perhiasan terutama berlian, karena berlian merupakan salah satu perhiasan yang tidak semua orang minati namun berlian sendiri bisa menjadi alat investasi jangka panjang, selain itu Beliberlian.id sendiri merupakan salah satu *brand* berlian yang memiliki target pasar menengah, sehingga harga yang dijual sangat terjangkau, namun kualitas yang diberikan tidak kalah bagus dari *brand* perhiasan lainnya.

Beliberlian.id juga aktif mengikuti pop up store, dan banyak berkolaborasi dengan *brand* lain, seperti makeover, azarine, celebrity fitness, dan masih banyak lainnya. Perusahaan juga memiliki reputasi yang baik dalam industri perhiasan dan berlian yang tidak hanya mengutamakan kualitas produk, tetapi juga memanfaatkan pemasaran digital secara optimal. Beliberlian.id merupakan perusahaan yang banyak menjual produk melalui *e-commerce* sehingga membutuhkan sumber daya yang mampu mengelola *platform* media sosial mereka dengan baik. Sebagai seorang mahasiswa yang sedang mempelajari bidang komunikasi dan media sosial, kesempatan magang di perusahaan ini menjadi peluang untuk mendalami bagaimana strategi pemasaran berbasis digital dijalankan di dunia nyata, khususnya

dalam konteks penjualan berlian dan perhiasan yang membutuhkan pendekatan khusus untuk membangun kepercayaan konsumen.

Magang merupakan salah satu cara yang efektif bagi mahasiswa untuk mengaplikasikan ilmu yang didapatkan di bangku kuliah ke dalam dunia kerja yang nyata. Selain itu, magang juga memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk mengembangkan keterampilan praktis, memperluas wawasan industri, serta membangun jejaring profesional yang bermanfaat di masa depan. Program magang ini memberikan kesempatan bagi penulis untuk terlibat langsung dalam dunia kerja yang profesional dan terlibat langsung dalam proses pembuatan konten pada *social media* Beliberlian.id, Selain itu program Magang ini memberikan kesempatan bagi penulis untuk memahami bagaimana sebuah konten diproduksi, dikelola, dan disebarluaskan. Selama magang di PT. Cahaya Sani Vokasi (Beliberlian.id), banyak hal yang bisa didapat oleh penulis, baik dari sisi pengetahuan maupun pengalaman praktis. Salah satu hal yang dapat diperoleh adalah pemahaman mendalam mengenai pengelolaan dan strategi pemasaran media sosial, termasuk cara membangun *branding* yang kuat dan menarik di *platform* seperti Instagram. Selain itu, magang ini juga memberikan kesempatan untuk belajar tentang analisis data media sosial, serta memahami tren yang berkembang di industri perhiasan dan berlian, yang sangat relevan dengan dunia *e-commerce* dan *digital marketing* saat ini. Penulis juga belajar membuat *moodboard* untuk *photoshoot* produk serta membuat *copywriting*. Hal ini juga menumbuhkan kreativitas pada penulis untuk membuat sebuah konten yang menarik dan bagaimana cara yang efektif untuk berkomunikasi dengan audiens. Konten dan video yang dibuat oleh penulis diunggah melalui *platform* Instagram dan Tiktok Beliberlian.id. Penulis merancang dan membuat *content plan* untuk *story* instagram Beliberlian.id untuk setiap harinya, isi konten terbagi menjadi 3 pilar, yaitu *Product Highlight*, *Promotion*, dan *Fun*. Penulis juga membuat *caption* untuk unggahan *feeds* instagram Beliberlian.id *caption* yang dibuat juga beragam, yaitu *caption* untuk promosi, *product highlight*, kolaborasi, dan lain-lain. Selain itu penulis juga berkesempatan untuk membuat

moodboard untuk *photoshoot* produk Beliberlian.id, dan penulis juga menjadi *talent* serta melakukan *voice over* untuk keperluan konten.

Selain keuntungan yang didapat saat praktik kerja magang, keberadaan seorang *social media intern* juga dapat memberikan kontribusi positif bagi perusahaan. Sebagai seorang *intern*, kemampuan untuk memberikan perspektif segar, inovatif, dan adaptif terhadap tren media sosial terkini dapat membantu perusahaan dalam menciptakan konten yang lebih kreatif dan menarik perhatian audiens target. Selain itu, *intern* juga dapat berperan dalam merancang strategi konten yang lebih terarah dan mengoptimalkan penggunaan *platform* media sosial untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan penjualan. Dengan membawa pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki dari pendidikan formal maupun pengalaman pribadi dalam dunia digital, seorang *intern* dapat membantu perusahaan untuk mengembangkan dan memaksimalkan potensi sosial media mereka.

Laporan ini disusun untuk menjelaskan secara rinci mengenai kegiatan yang dilakukan selama magang di PT. Cahaya Sani Vokasi, dengan fokus pada pengelolaan media sosial perusahaan. Laporan ini juga akan mengulas hasil yang dicapai, tantangan yang dihadapi, serta pembelajaran yang diperoleh selama menjalani program magang tersebut.

Melalui Laporan Kerja Magang yang diberikan oleh Universitas Multimedia Nusantara dan PT. Cahaya Sani Vokasi kepada penulis, penulis dapat mengimplementasikan materi yang pernah dipelajari pada mata kuliah *Creative Media Production* dan *Art, Copywriting, & Creative Strategy*. Dengan adanya laporan magang ini, penulis juga diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai kontribusi yang telah diberikan oleh penulis dalam kegiatan media sosial di Beliberlian.id dan bagaimana pengalaman tersebut berkontribusi pada pengembangan kompetensi profesional penulis dalam dunia digital marketing. Dengan demikian Laporan ini dapat memberikan gambaran tentang bagaimana produksi konten media sosial serta alur kerja pada PT. Cahaya Sani Vokasi.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Laporan magang ini disusun dengan maksud untuk mendokumentasikan dan mengevaluasi pengalaman yang diperoleh selama menjalani program magang sebagai *Social Media Intern* di PT. Cahaya Sani Vokasi (Beliberlian.id). Laporan ini bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis kegiatan yang dilakukan, kontribusi yang diberikan, serta pembelajaran yang didapatkan selama periode magang. Praktik kerja magang ini bertujuan untuk mendapatkan pengalaman pada dunia kerja yang profesional dan mengasah ilmu dan teori yang dipelajari di universitas. Penulis diasah untuk bisa bekerja sama dengan tim serta menjadi lebih kreatif dan inovatif, serta penulis juga bertanggung jawab dengan tugas-tugas yang diberikan oleh supervisor. Terdapat juga tujuan dari pelaksanaan kegiatan magang ini, diantaranya adalah :

1. Meningkatkan keterampilan dan pengetahuan dalam bidang pengelolaan media sosial, pembuatan konten, *copywriting*, dan *voice over* pada proses pembuatan konten dan mempelajari alur kerja pada divisi *Social Media*.
2. Mengimplementasikan ilmu dan teori selama masa perkuliahan secara langsung dalam dunia kerja, khususnya yang berkaitan dengan *Creative Media Production dan Art, Copywriting & Creative Strategy*.
3. Melatih *hard skill* dan *soft skill*, seperti pengelolaan media sosial, *digital marketing*, kerjasama tim, manajemen waktu, dan pemecahan masalah selama program magang berlangsung.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Berikut merupakan waktu pelaksanaan dan prosedur selama pelaksanaan kerja magang.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas praktik kerja magang dijalani dari bulan Agustus 2024 hingga bulan Desember 2024 dengan waktu yang sudah melebihi delapan puluh (80) hari kerja atau enam ratus empat puluh (640) jam kerja sesuai dengan panduan MBKM Magang Track 2. Waktu pelaksanaan magang terhitung

dari 19 Agustus 2024 dengan menerapkan sistem *Hybrid*. Berikut rincian mengenai pelaksanaan kerja magang yang dilakukan penulis pada PT. Cahaya Sani Vokasi (Beliberlian.id) sebagai *social media internship* :

Waktu Kerja Magang : Senin - Jumat (08.00-17.00)

Sistem Kerja Magang : *Hybrid*

Instagram : @beliberlian.id

Tiktok : @beliberlianid

Facebook : Beliberlian.id

Posisi : *Social Media Internship*

Tabel 1.1 Jadwal Kegiatan Magang

Hari	Aktivitas	Jam Kerja
Senin	<i>Work From Office</i>	08.00 - 17.00
Selasa	<i>Work From Office</i>	08.00 - 17.00
Rabu	<i>Work From Office</i>	08.00 - 17.00
Kamis	<i>Work From Home</i>	08.00 - 17.00
Jumat	<i>Work From Office</i>	08.00 - 17.00

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Berikut merupakan prosedur yang dilakukan penulis mulai dari tahap persiapan hingga tahap akhir pelaksanaan magang :

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

1. Melakukan kegiatan KRS untuk kegiatan "*Internship Track II*"
2. Mengirimkan Curriculum Vitae (CV) kepada PT. Cahaya Sani Vokasi.

3. Melakukan wawancara dengan HR dan Usher sebagai proses penerimaan magang.
4. Mengisi formulir pengajuan magang KM-01 kepada pihak kampus untuk mendapatkan persetujuan dari Kepala Program Studi.
5. Menerima surat pengantar kerja magang KM-02 dari pihak Fakultas Ilmu Komunikasi.
6. Mengunggah KM-03 hingga KM-07 di merdeka.umn.ac.id selama proses praktik magang.
7. Resmi melakukan praktik kerja magang pada 19 Agustus 2024 hingga 10 Desember 2024.

B. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

1. Praktik kerja magang dijalankan sebagai *social media intern* pada PT. Cahaya Sani Vokasi (Beliberlian.id).
2. Penugasan dan didampingi langsung oleh Fidela selaku supervisor dan *Marketing Communication & E-commerce Executive*.

C. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

1. Menyusun laporan kerja magang sesuai dengan pengalaman dan pembekalan kerja sebagai *Social Media Intern* di PT. Cahaya Sani Vokasi (Beliberlian.id).
2. Pembuatan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Ibu Kiky selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan tatap muka, *Zoom Meeting*, dan *Email*.