

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di era digital sekarang ini, banyak perusahaan menggunakan suatu strategi untuk menjangkau pelanggan lebih banyak, yaitu melakukan penjualan produk secara online di *marketplace*. *E-commerce* saat ini sudah digandrungi oleh banyak orang karena kemudahannya dan produknya yang sangat bervariasi (Hajli et al, 2017). Hal ini didukung oleh Databoks yang menunjukkan bahwa Shopee yang merupakan salah satu platform *e-commerce* ternama di Indonesia memiliki pengunjung sebanyak 2,35 miliar di tahun 2023 (Adi Ahdiat, 2024). Angka tersebut menunjukkan betapa besarnya potensi pasar digital di Indonesia. Perusahaan tempat penulis magang yaitu PT Linezon Digital Indonesia, merupakan pelaku usaha yang memanfaatkan platform *marketplace* untuk menjual produknya.

Perubahan perilaku konsumen dan perkembangan teknologi yang cepat, membuat adanya ketergantungan pada media sosial. Ketergantungan tersebut membuat peran staf *social media* dan *content creator* menjadi penting untuk membangun *brand awareness* dan meningkatkan penjualan. Pada tahun 2022, We Are Social mengungkapkan bahwa pengeluaran global untuk membayar ads media sosial mencapai USD \$226 miliar (Loretan, 2024). Saat ini, media sosial tidak hanya dijadikan alat komunikasi, tetapi dijadikan tempat untuk mempromosikan sebuah produk dan jasa. Sebagai *social media intern* yang juga merangkap sebagai *content creator*, penulis memiliki tanggung jawab untuk mengelola akun media sosial PT Linezon Digital Indonesia terutama TikTok, membuat konten yang menarik, dan memastikan bahwa konten video yang dibuat dapat mendorong peningkatan *awareness* dan penjualan perusahaan.

Gabungan antara *social media* dan *e-commerce* membuat peluang baru dalam meningkatkan *engagement* dan loyalitas pelanggan bagi sebuah perusahaan (Dwivedi et al, 2021). Media sosial menjadi jalan utama bagi perusahaan untuk berkomunikasi langsung dengan pelanggan, membuat hubungan yang lebih

personal, dan dapat memberikan *feedback* secara *real-time*. Sementara itu, konten yang kreatif menjadi faktor dalam meningkatkan minat dan keinginan pelanggan untuk membeli sebuah produk. Maka dari itu, peran staf *social media* dan *content creator* penting dalam mendukung strategi *digital marketing* PT Linezon Digital Indonesia.

PT Linezon Digital Indonesia memahami bahwa media sosial merupakan alat penting untuk marketing yang efektif. Namun, adanya kekurangan karyawan untuk mengurus akun sosial media PT Linezon Digital Indonesia terutama TikTok, akun media sosial perusahaan ini menjadi kurang aktif dan tidak konsisten dalam mengunggah konten media sosial. Sehingga, PT Linezon Digital Indonesia membuka lowongan magang untuk *social media intern* yang sekaligus *content creator*, yang dimana relevan dengan peminatan jurusan penulis yaitu marketing. Dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram, TikTok dan Facebook, PT Linezon Digital Indonesia berupaya untuk meningkatkan visibilitas produk dan menarik minat calon pelanggan. Sebagai *social media intern*, penulis berkewajiban untuk membuat konten yang tidak hanya bersifat edukasi, tetapi juga menarik, mengikuti *trend*, dan relevan dengan *target market*. Hal ini dilakukan untuk menjamin setiap konten video yang diunggah dapat memberikan dampak positif terhadap penjualan perusahaan.

Berada di PT Linezon Digital Indonesia pada masa magang ini memberikan pelajaran yang berarti bagi penulis untuk mengetahui lebih dalam mengenai strategi *digital marketing*, terutama dalam hal pengelolaan akun TikTok perusahaan dan pembuatan konten video yang kreatif. Selain itu, penulis juga memiliki kesempatan untuk belajar bagaimana perusahaan memanfaatkan teknologi dan platform digital untuk bersaing di pasar e-commerce yang kompetitif. Melalui magang ini, penulis berharap dapat memberikan kontribusi yang nyata untuk PT Linezon Digital Indonesia serta meningkatkan *skills* dan pengetahuan penulis dalam bidang *digital*

marketing. Dengan demikian, magang ini tidak hanya bermanfaat bagi perkembangan karier penulis di masa depan, tetapi juga memberikan nilai tambah bagi perusahaan dalam mencapai tujuan marketing dan penjualannya.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud dan tujuan dari pelaksanaan magang ini adalah:

- 1) Memahami lebih dalam mengenai proses bisnis online PT Linezon Digital Indonesia melalui e-commerce dan peran media sosial dalam meningkatkan penjualan.
- 2) Memperdalam skills mengelola media sosial terutama TikTok serta membuat konten yang menarik dan efektif untuk memikat minat pelanggan.
- 3) Mempelajari strategi digital marketing yang diterapkan oleh perusahaan PT Linezon Digital Indonesia dan kontribusinya terhadap kemajuan bisnis.
- 4) Mengembangkan kemampuan komunikasi, kreativitas, kerja sama, dan manajemen waktu dalam lingkungan kerja profesional.

UMN

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang ini dilaksanakan selama 5 bulan yang mencukupi total durasi magang dari Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) Magang Track 1, yaitu 640 jam. Magang dimulai dari tanggal 3 Februari 2025 hingga 26 Juni 2025. Sistem kerja magang yang dilaksanakan adalah full-time dengan jam kerja di mulai dari jam 08.00 hingga 17.00 WIB, Senin hingga Jumat. Namun, bila ada tambahan tugas yang diberikan perusahaan, maka penulis akan diminta untuk bekerja di luar hari yang ditentukan tersebut. Selama periode magang, penulis ditempatkan di divisi *creative* dengan fokus pada pengelolaan media sosial dan pembuatan konten kreatif.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.2.1 Prosedur Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Melakukan pengiriman CV ke PT Linezon Digital Indonesia pada tanggal 13 Januari 2025.
- 2) Penulis diundang oleh pihak PT Linezon Digital Indonesia untuk sesi wawancara di tanggal 22 Januari 2025.
- 3) PT Linezon Digital Indonesia mengumumkan penerimaan magang dan menetapkan tanggal program kerja magangnya yaitu, tanggal 3 Februari 2025.
- 4) Penulis dimasukkan ke dalam divisi creative sebagai social media intern di PT Linezon Digital Indonesia.

- 5) PT Linezon Digital Indonesia menetapkan aturan untuk bekerja magang secara Work From Office (WFO) dan masuk kerja magang di setiap hari senin-jumat di pukul 08.00-17.00 WIB.

1.3.2.2 Proses Pembuatan Laporan Praktik Magang

- 1) Penulis melakukan pengisian daily task mengenai pekerjaan magang yang dilakukan untuk di approve oleh supervisor.
- 2) Penulis melakukan pengisian daily task mengenai pengerjaan laporan magang di luar jam kerja magang untuk di approve oleh advisor.
- 3) Penulis mengerjakan laporan magang dengan dibimbing oleh dosen pembimbing yaitu Ibu Yoanita Alexandra, S.E., B.A, M. Par.

UMN