

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Magang merupakan salah satu bentuk pembelajaran yang memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk memperoleh pengalaman langsung di dunia kerja. Menurut Sumardiono (2014), magang adalah proses belajar dari seorang ahli melalui kegiatan dunia nyata serta penerapan pengetahuan dan keterampilan untuk menyelesaikan masalah yang ada. Universitas Multimedia Nusantara (UMN) mewajibkan program magang bagi mahasiswa, khususnya bagi jurusan Manajemen pada semester VI, sebagai bagian dari kurikulum untuk membekali mahasiswa dengan pengalaman praktis di industri. Dengan adanya program ini, mahasiswa tidak hanya dapat mengasah keterampilan yang relevan, tetapi juga memperoleh wawasan berharga yang akan menjadi landasan kuat dalam membangun karier di dunia profesional.

Dalam dunia industri yang terus berkembang, khususnya di bidang pemasaran digital dan kreativitas, peran Social Media Officer menjadi semakin penting dalam membangun serta mengelola citra sebuah brand melalui platform digital. Oleh karena itu, melalui program magang di Divisi Creative Marketing PT Meta Karya Kreativindo (Metamorphosys), mahasiswa dapat memahami lebih dalam tentang strategi pengelolaan media sosial, pembuatan konten kreatif, serta teknik pemasaran digital yang efektif. Pengalaman ini tidak hanya memberikan wawasan baru tetapi juga melatih keterampilan praktis yang diperlukan di industri kreatif dan digital marketing.

Perkembangan teknologi digital yang pesat telah mengubah cara bisnis berinteraksi dengan konsumennya. Di Indonesia, dengan jumlah pengguna internet yang mencapai lebih dari 175 juta orang, digital marketing menjadi strategi yang sangat penting bagi perusahaan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan kompetitif dalam pasar yang semakin dinamis. Pemasaran digital mencakup

berbagai teknik seperti optimasi mesin pencari (SEO), pemasaran media sosial, email marketing, serta strategi berbasis konten dan personalisasi yang kini menjadi fokus utama dalam membangun loyalitas pelanggan (nafadanada, 2024).

Branding di era digital menjadi salah satu hal yang sangat penting bagi keberlangsungan bisnis. Di tengah perubahan cara konsumen dalam mencari informasi maupun berbelanja, brand tidak cukup hanya dikenal secara offline. Konsumen kini lebih sering terhubung ke internet, mulai dari media sosial, e-commerce, hingga berbagai platform digital lainnya. Hal ini membuat perusahaan harus membangun identitas dan citra brand mereka secara digital agar tetap relevan dan mudah ditemukan oleh audiens. Digital branding membantu bisnis untuk tampil konsisten, menciptakan kedekatan dengan konsumen, dan membedakan diri dari kompetitor. Dengan strategi yang tepat, digital branding tidak hanya meningkatkan kepercayaan, tetapi juga memperluas jangkauan pasar secara lebih cepat dan efisien (Maulana, 2021). Oleh karena itu, memahami pentingnya branding di era digital menjadi langkah awal yang krusial bagi perusahaan dalam membangun hubungan jangka panjang dengan konsumennya.

Di era digital, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga menjadi alat komunikasi penting dalam dunia bisnis. Tidak hanya digunakan untuk promosi, media sosial juga memudahkan perusahaan dalam menjalin hubungan langsung dengan pelanggan, menyampaikan informasi dengan cepat, serta membangun citra brand secara konsisten. Melalui fitur-fitur seperti komentar, pesan langsung, dan konten interaktif, perusahaan dapat berkomunikasi dua arah dengan audiens secara lebih terbuka dan personal. Selain itu, media sosial juga membantu dalam memahami kebutuhan dan respons konsumen secara real-time, sehingga strategi bisnis dapat disesuaikan dengan lebih cepat. Dalam konteks dunia kerja, pengelolaan media sosial tidak hanya soal membuat konten menarik, tetapi juga bagaimana menyampaikan pesan bisnis secara efektif dan membangun kepercayaan konsumen melalui platform digital (Aprilia, 2023).

Agensi kreatif memiliki peran penting dalam dunia industri modern, khususnya di era digital yang sangat kompetitif. Banyak perusahaan atau pelaku usaha kecil

menengah (UMKM) memiliki ide atau produk yang bagus, namun tidak mampu mengelola identitas brand, media sosial, atau konten digital dengan maksimal. Di sinilah agensi kreatif hadir sebagai solusi, dengan menyediakan layanan seperti content creation, social media management, branding, hingga digital advertising. Melalui strategi komunikasi visual yang tepat, agensi membantu klien membangun citra yang kuat, menarik perhatian pasar, serta menjangkau audiens yang lebih luas secara digital. Tidak hanya soal kreativitas, agensi juga berperan dalam manajemen proyek, komunikasi dengan klien, dan pelaksanaan strategi pemasaran yang terstruktur (Kadek). Oleh karena itu, pemahaman terhadap cara kerja agensi kreatif menjadi pengalaman berharga, terutama bagi mahasiswa yang ingin terjun ke dunia industri kreatif maupun digital marketing.

Pemilihan Metamorphosys sebagai tempat magang didasarkan pada pertimbangan yang matang, terutama dalam menyesuaikan dengan minat dan bidang yang ingin ditekuni oleh penulis. Sebagai sebuah agency yang berfokus pada pemasaran dan digitalisasi, Metamorphosys menawarkan lingkungan kerja yang dinamis dan sesuai dengan perkembangan industri kreatif serta digital marketing. Melalui pengalaman magang di perusahaan ini, penulis memiliki kesempatan untuk mempelajari strategi pemasaran digital secara langsung, memahami cara mengelola media sosial secara profesional, serta mengasah keterampilan dalam menciptakan konten yang relevan dan menarik. Selain itu, dengan bekerja di bawah bimbingan para profesional di bidangnya, penulis berharap dapat memperdalam pemahaman serta memperoleh pengalaman berharga yang akan menjadi bekal dalam meniti karier sebagai ahli marketing di masa depan.

Metamorphosys adalah agensi kreatif dan digital marketing yang berbasis di Tangerang, dengan pengalaman lebih dari 10 tahun dalam melayani klien dari berbagai sektor bisnis dan wilayah. Metamorphosys memiliki keahlian dalam berbagai bidang, termasuk strategi pemasaran, desain kreatif, serta pengembangan website yang mengedepankan teknologi terkini. Nama "Metamorphosys" sendiri diambil dari konsep transformasi alamiah larva menjadi kupu-kupu, yang

mencerminkan filosofi agensi ini dalam berkembang bersama tim, klien, dan audiens.

Sebagai mahasiswa dengan peminatan Marketing dalam program studi Manajemen, pengetahuan yang penulis peroleh melalui peminatan ini sangat relevan dengan dunia kerja di Metamorphosys, yang selalu berfokus pada pengembangan dan penerapan strategi pemasaran digital yang inovatif. Melalui magang ini, penulis banyak belajar mengenai proses-proses yang terlibat dalam perencanaan dan pelaksanaan kampanye pemasaran digital, serta cara perusahaan mengelola hubungan dengan klien dan audiens. Pengalaman ini memberi penulis wawasan praktis tentang tantangan dan solusi dalam dunia pemasaran digital yang sesungguhnya, serta bagaimana tim di Metamorphosys bekerja secara kolaboratif untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Proses magang di Metamorphosys bertujuan untuk memberikan pengalaman langsung dalam dunia kerja, khususnya di bidang creative marketing dan digital branding. Melalui program ini, penulis dapat mempelajari berbagai strategi pemasaran digital, pengelolaan media sosial, serta proses kreatif dalam membangun brand awareness bagi klien. Selain itu, magang ini juga menjadi kesempatan bagi penulis untuk memahami cara menjalin hubungan yang baik dengan klien serta mempelajari karakteristik dan strategi branding dari berbagai bisnis yang ditangani oleh Metamorphosys. Dengan memahami gaya pemasaran yang berbeda-beda dari tiap klien, penulis mendapatkan wawasan lebih luas mengenai bagaimana membangun branding yang efektif dan sesuai dengan identitas suatu perusahaan. Pengalaman ini diharapkan dapat menjadi bekal berharga dalam mengembangkan keterampilan serta membentuk fondasi yang kuat untuk berkarier di dunia marketing dan industri kreatif di masa depan.

Adapun tujuan magang yang dilakukan penulis, diantaranya;

- Mempelajari teknik pengelolaan media sosial yang efektif untuk membangun dan meningkatkan brand awareness klien.
- Memahami proses kreatif dalam pembuatan konten dan kampanye pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan klien.
- Mengembangkan kemampuan komunikasi dan hubungan kerja dengan klien serta tim internal perusahaan.
- Mendapatkan wawasan mengenai karakteristik dan strategi branding dari berbagai jenis bisnis yang menjadi klien Metamorphosys.
- Membangun dasar keterampilan dan pengetahuan yang kuat sebagai bekal dalam meniti karier di bidang marketing dan industri kreatif.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Sebelum menjalani program magang, mahasiswa harus melalui beberapa tahapan administratif yang telah ditentukan oleh Universitas Multimedia Nusantara (UMN). Pada 22–23 Januari 2025, mahasiswa Manajemen diberikan kesempatan untuk mengisi Kartu Rencana Studi (KRS) dan menentukan jadwal kuliah. Mahasiswa semester VI yang memenuhi syarat disarankan untuk memilih paket mata kuliah Internship Track 1 agar dapat menjalani program magang sesuai dengan kurikulum yang berlaku. Setelah KRS disetujui oleh dosen pembimbing akademik, mahasiswa diwajibkan melakukan registrasi magang melalui situs web Merdeka dengan mengisi informasi terkait perusahaan tempat magang, seperti nama perusahaan, alamat, situs web, serta mengunggah surat penerimaan magang. Registrasi ini akan ditinjau oleh ketua pelaksana magang dan kepala program studi sebelum akhirnya disetujui.

Setelah proses administrasi selesai, mahasiswa dapat mulai mencatat tugas harian melalui platform yang telah disediakan. Halaman Daily Task terbagi menjadi dua kategori, yaitu tugas magang yang harus disetujui oleh supervisor di tempat magang dan tugas bimbingan yang diverifikasi oleh advisor akademik. Informasi

mengenai dosen pembimbing akan diumumkan pada 10 Februari melalui situs Kampus Merdeka atau email resmi. Selama magang, mahasiswa diwajibkan mencatat jam kerja harian untuk memenuhi total 640 jam yang ditentukan oleh program. Setiap tugas yang dikerjakan harus mendapatkan persetujuan dari supervisor di perusahaan. Selain itu, mahasiswa juga harus mencatat waktu bimbingan dan penyusunan laporan magang dengan target minimal 207 jam, yang nantinya akan diverifikasi oleh dosen pembimbing.

Penulis diterima sebagai peserta magang di PT Meta Karya Kreativindo pada 2 Januari 2025 dan resmi memulai magang pada 16 Januari 2025, yang berlangsung selama enam bulan hingga 31 Juli 2025. Lokasi perusahaan berada di Ruko Alicante Blok D No. 17, Gading Serpong, Tangerang 15810. Selama periode magang, penulis bekerja dari Senin hingga Jumat dengan jam kerja dimulai pada pukul 09.00 hingga 18.00. Dengan total 40 jam per minggu, untuk mencapai 640 jam kerja, penulis memerlukan sekitar 16 minggu atau kurang lebih 4 bulan. Dengan demikian, target 640 jam kemungkinan akan tercapai sekitar awal Mei 2025, sebelum periode magang berakhir pada 31 Juli 2025.

