

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Saat ini, perkembangan teknologi akan mengubah cara perusahaan dalam memasarkan produk dan membangun hubungan dengan pelanggan. Dengan pesatnya pertumbuhan teknologi dan berkembangnya internet, perusahaan semakin bergantung pada strategi pemasaran digital untuk meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasar mereka. Media sosial menjadi salah satu platform utama dalam strategi pemasaran, di mana perusahaan mampu menjangkau audiens lebih luas secara efektif. Media sosial menjadi pilihan utama karena popularitasnya yang terus meningkat di Indonesia saat ini (Dahono, 2021). Platform ini tidak hanya digunakan sebagai alat komunikasi tetapi juga sebagai sarana promosi yang memungkinkan perusahaan untuk membangun relasi yang lebih erat dengan pelanggan.

Dengan meningkatnya jumlah pengguna media sosial, penting bagi perusahaan untuk memaksimalkan strategi pemasaran mereka secara digital agar dapat meningkatkan *engagement* dan *brand awareness*. Pengelolaan media sosial yang baik akan membantu perusahaan untuk menciptakan citra yang positif di mata publik, meningkatkan loyalitas pelanggan, serta mendukung pertumbuhan bisnis dalam jangka panjang. Maka dari itu sangat dibutuhkan strategi pemasaran berbasis media sosial yang didukung dengan analisis data untuk memastikan bahwa konten yang dipublikasikan telah sesuai dengan target audiens.

PT Primarajuli Sukses, sebagai perusahaan yang bergerak di industri tekstil, memanfaatkan media sosial untuk sarana komunikasi dan promosi kepada pelanggan. Melalui media sosial, pengguna dapat berkomunikasi, berinteraksi, serta berbagi informasi, membangun *networking*, dan melakukan berbagai aktivitas lainnya (Prawiro, 2018). Dengan memanfaatkan media sosial, PT Primarajuli Sukses dapat lebih mudah menjangkau pasar yang lebih luas serta

meningkatkan keterlibatan pelanggan terhadap produk dan layanan yang ditawarkan. Untuk meningkatkan efektivitas pemasaran, perusahaan membutuhkan analisis mendalam terkait performa konten yang dipublikasikan. Peran *Social Media Analyst* menjadi peran utama dalam mengukur tingkat *engagement*, memahami preferensi audiens, serta menyusun strategi yang lebih tepat sasaran.

Selama periode magang, salah satu fokus utama yaitu pembuatan konten bertema Ramadhan, yang merupakan momentum strategis bagi banyak perusahaan dalam menarik perhatian audiens. Konten bertema Ramadhan memiliki daya tarik tersendiri karena berhubungan erat dengan nilai budaya dan religi masyarakat Indonesia. Analisis *views* dan *impression* telah menjadi indikator penting dalam mengevaluasi keberhasilan konten yang dibuat. Data yang diperoleh dari analisis ini dapat membantu dalam menyusun strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan interaksi pengguna di platform media sosial. Selain pembuatan konten dan analisis data, pencarian event seminar juga turut berkontribusi dalam meningkatkan wawasan perusahaan untuk membuka peluang kerja sama dengan berbagai pihak yang memiliki kepentingan serupa dalam industri tekstil.

Laporan ini akan membahas bagaimana peran *Social Media Analyst* dalam meningkatkan *engagement* PT Primarajuli Sukses melalui pembuatan konten yang relevan, analisis performa media sosial, serta eksplorasi event seminar yang dapat mendukung pengembangan strategi pemasaran digital perusahaan.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Tujuan dari program magang ini agar dapat memperoleh pengalaman secara praktik dalam mengelola strategi *digital marketing* melalui media sosial agar dapat meningkatkan *engagement* dan *brand awareness* PT Primarajuli Sukses. Selama magang tugas utama adalah merancang dan mengoptimalkan konten salah satunya konten bertema Ramadhan, menganalisis performa media sosial berdasarkan *views* dan *impression*, serta mencari peluang kolaborasi melalui event

seminar yang relevan. Terdapat inovasi baru yang semakin berkembang, seperti pemanfaatan AI untuk menganalisis pola *engagement* dan perilaku audiens serta penggunaan *real time analytics* yang memungkinkan evaluasi performa konten secara lebih cepat dan akurat. Dengan menerapkan inovasi ini, perusahaan dapat mengoptimalkan strategi pemasaran digital, meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran, dan lebih responsif terhadap perubahan tren di media sosial.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Waktu kerja magang di PT Primarajuli Sukses berlangsung dari hari Senin hingga Jumat, dimulai pada pukul 07.00 pagi hingga 17.00 sore. Selama jam kerja, diberikan waktu istirahat selama satu jam, yaitu pada pukul 12.00 hingga 13.00 siang. Jam kerja yang terstruktur ini memungkinkan penyesuaian ritme kerja dengan lingkungan profesional serta penyelesaian pekerjaan yang diberikan secara efisien. Proses mendapatkan magang didapatkan karena PT Primarajuli Sukses sedang membuka lowongan untuk magang, lalu penulis mencoba *apply* kepada perusahaan, kemudian diterima sebagai peserta magang dan mendapat kontrak magang atau *Letter Of Acceptance*.

Dalam menjalankan tugas, terdapat prosedur kerja yang telah ditetapkan. Langkah pertama adalah menganalisis konten yang akan dibuat, dengan mempertimbangkan tren media sosial dan target pasar perusahaan. Dilakukan juga pembuatan dan pengeditan konten yang akan dipublikasikan. Proses pembuatan konten dilakukan menggunakan *device* pribadi, namun perusahaan tetap memberikan dukungan berupa akses internet di kantor untuk memperlancar pekerjaan. Pengalaman dalam *social media analysis* dapat berkembang serta memberikan pemahaman lebih mendalam tentang alur kerja profesional dalam strategi pemasaran digital perusahaan.