

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri manufaktur dan konstruksi mengalami perkembangan pesat dalam beberapa dekade terakhir, mendorong meningkatnya permintaan terhadap berbagai komponen penting, termasuk mur dan baut. Sebagai salah satu elemen fundamental dalam berbagai proyek industri dan konstruksi, mur dan baut memiliki peran krusial dalam memastikan keamanan serta keandalan struktur dan peralatan. PT Southern TriStar merupakan perusahaan yang berfokus pada kegiatan perdagangan serta produksi mur dan baut dengan komitmen untuk menyediakan produk berkualitas tinggi yang berguna untuk mendukung kebutuhan berbagai sektor industri. Dengan pengalaman bertahun-tahun serta reputasi yang telah teruji, PT Southern TriStar terus berupaya untuk meningkatkan daya saingnya melalui inovasi produk, efisiensi proses produksi, dan penguatan strategi pemasaran yang relevan dengan perkembangan zaman (PT Southern Tristar, n.d.).

Dalam menghadapi era digital yang semakin maju, transformasi pemasaran menjadi sebuah keharusan bagi Perusahaan agar tetap kompetitif di tengah persaingan industri yang ketat. Pemasaran berbasis media social kini menjadi salah satu alat utama dalam membangun citra Perusahaan, meningkatkan jangkauan pasar, serta menjalin komunikasi yang lebih efektif dengan pelanggan. Media sosial bukan hanya sekedar untuk mempromosikan produk dan layanan, tetapi juga menjadi alat komunikasi yang memungkinkan perusahaan menggali lebih dalam mengenai kebutuhan serta preferensi pelanggan. Oleh karena itu, PT Southern TriStar melihat pentingnya mengadopsi strategi pemasaran digital yang lebih inovatif dan terarah guna memastikan produk-produknya dapat dikenal secara luas serta mampu menarik minat konsumen potensial baik di pasar domestic maupun internasional (PT Southern Tristar, n.d.).

Peran seorang *Social Media Content Creator* dalam Perusahaan menjadi semakin signifikan dalam mendukung implementasi strategi pemasaran digital yang efektif. Seorang *Content Creator* di bidang ini memiliki tanggung jawab dalam mengelola berbagai *platform* media sosial Perusahaan, menciptakan konten yang menarik dan informatif, serta menganalisis performa kampanye pemasaran digital untuk meningkatkan efektivitas komunikasi Perusahaan dengan audiensnya. Seorang *Content Creator* juga harus bisa membuat kreativitas baik dalam pemilihan kalimat maupun pengeditan video yang menarik (Yanny, 2024, #). Selain itu, *Social Media Content Creator* juga berperan dalam memahami tren pasar terkini serta membantu dalam merancang strategi *engagement* yang lebih interaktif dan berorientasi pada kebutuhan pelanggan.

Untuk pesaing PT Southern Tristar adalah PT Bukit Baja Nusantara (BBN) adalah produsen baut, mur, dan komponen pengikat yang berdiri sejak tahun 1995 di Jakarta. Awalnya beroperasi di kawasan Sunter, perusahaan ini kemudian melakukan ekspansi besar tahun 2007 dengan membangun pabrik modern seluas 10.000 meter persegi di Kawasan Industri Jababeka I, Cikarang Utara, Bekasi. Dengan kapasitas produksi mencapai 300 ton material perbulan BBN melayani berbagai sektor strategis seperti minyak dan gas, petrokimia, pembangkit listrik, konstruksi industri, dan pertahanan. Produk pesaing inipun dapat dikatakan hampir sama yaitu studbolt, hex bolt & nut.

Pemilihan PT Southern TriStar sebagai tempat magang didasarkan pada berbagai pertimbangan yang matang. Pertama, Perusahaan ini menawarkan lingkungan kerja yang dinamis serta relevan dengan bidang pemasaran digital, sehingga memberikan kesempatan bagi peserta magang untuk memperoleh pengalaman langsung dalam menyusun dan menerapkan strategi serta komunikasi digital dalam konteks industri manufaktur. Kedua, sebagai Perusahaan yang terus berkembang, PT Southern TriStar memberikan peluang bagi peserta magang untuk mengeksplorasi dan mengasah keterampilan kreatif dalam pembuatan konten pemasaran digital, serta memahami lebih dalam perilaku konsumen dalam pasar *Business to Business* (B2B) yang memiliki karakteristik unik. Ketiga,

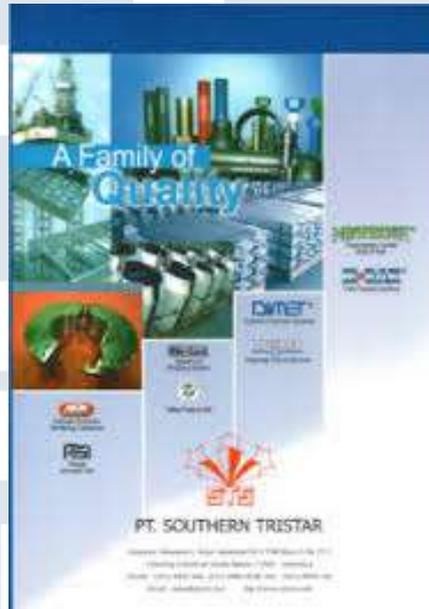
pengalaman magang di Perusahaan ini akan memberikan wawasan yang lebih luas mengenai industri manufaktur, sekaligus meningkatkan kemampuan analisis pasar serta penerapan strategi pemasaran digital yang sesuai dengan tren industri yang terus berubah.

Proses kerja magang di PT Southern TriStar memberikan peluang untuk berkerjasama dengan berbagai pihak dalam lingkungan industri yang profesional. Peserta magang tidak hanya mendapatkan wawasan teknis mengenai pemasaran digital, tetapi juga memperoleh pemahaman mendalam tentang proses bisnis dalam industri manufaktur, termasuk rantai pasokan, distribusi, serta strategi penjualan yang diterapkan untuk mencapai keunggulan kompetitif. Dengan demikian, pengalaman ini dapat memberikan bekal yang kuat bagi peserta magang untuk mengembangkan keterampilan yang dibutuhkan di dunia kerja serta memperluas wawasan dalam bidang pemasaran digital yang berbasis industri manufaktur.

Selain itu, magang di PT Southern Tristar juga memberikan peluang untuk berkolaborasi dengan berbagai pihak dalam lingkungan industri yang profesional. Peserta magang tidak hanya mendapatkan wawasan teknis mengenai pemasaran digital, tetapi juga memperoleh pemahaman mendalam tentang proses bisnis dalam industri manufaktur, termasuk rantai pasokan, distribusi, serta strategi penjualan yang diterapkan untuk mencapai keunggulan kompetitif. Oleh karena itu, pengalaman ini diharapkan mampu memberikan dasar yang kokoh bagi peserta magang dalam mengasah keterampilan yang relevan dengan dunia kerja, sekaligus memperluas pengetahuan di industri manufaktur (PT Southern Tristar, n.d.).

Tujuan saya memilih PT Southern Tristar adalah untuk mendapatkan wawasan dan pengalaman menjadi seorang Content Creator dibidang manufaktur secara nyata. Selain itu, saya juga ingin mengimplementasikan ilmu yang saya dapatkan di beberapa mata pelajaran selama perkuliahan yaitu Art, Copywriting & Creative Strategy, Social Media & Mobile Marketing Strategy, Digital Graphic

Communication ke dalam dunia kerja. Saya juga ingin memberikan wawasan yang saya dapatkan ke dalam perusahaan sehingga saya bisa memberikan kontribusi kepada perusahaan.



Gambar 1.1 Brosur PT Southern Tristar

Sumber: PT Southern Tristar

Dengan adanya program magang sebagai *Social Media Content Creator* di PT Southern TriStar, diharapkan peserta magang dapat memperoleh pengalaman berharga dalam mengembangkan keterampilan profesional, khususnya dalam bidang pemasaran digital. Selain itu, kesempatan ini juga menjadi ajang untuk menerapkan teori yang telah dipelajari dalam praktik nyata di dunia industri, sehingga dapat meningkatkan kompetensi, kreativitas, serta pemahaman mengenai strategi pemasaran digital yang efektif, inovatif, dan berkelanjutan. Dengan bekal pengalaman ini, peserta magang diharapkan mampu menghadapi tantangan di dunia kerja yang semakin kompetitif dan dinamis (PT Southern Tristar, n.d.).

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana peran *Social Media Content Creator* diterapkan secara nyata dalam bidang manufaktur melalui kegiatan magang di PT Southern Tristar?

1.3. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Maksud pelaksanaan aktivitas praktek kerja magang ini adalah memenuhi kewajiban akademis yang memiliki bobot sebanyak 20 sks. Pemenuhan tersebut merupakan bagian dari kewajiban akademis yang harus dipenuhi sebagai syarat kelulusan (S1) dari program studi Komunikasi Strategis Universitas Multimedia Nusantara. Selain itu, praktek kerja magang juga bertujuan untuk memberikan pengalaman kepada mahasiswa untuk mendapatkan wawasan kerja dalam bidang yang relevan dengan materi yang dipelajari selama kuliah. Dengan pelaksanaan praktek kerja magang ini, diharapkan mahasiswa dapat mengaplikasikan pengetahuan dan teori yang telah diperoleh selama perkuliahan. Adapun tujuan dari pelaksanaan Praktik Kerja Magang pada PT Southern TriStar sebagai berikut:

1. Mengetahui secara langsung proses kerja seorang *Social media Content Creator* di dalam sebuah Perusahaan manufaktur, yaitu PT Southern TriStar.
2. Menerapkan dan memperdalam Ilmu Pengetahuan yang telah di dapat dari proses perkuliahan pada program studi komunikasi strategis seperti *Art Copywriting & Creative Strategy*, *Social Media & Mobile Marketing Strategy*, dan *Digital Graphic* yang diaplikasikan ke dalam praktik kerja magang sebagai *Social Media Content Creator* di PT Southern TriStar.
3. Mempelajari cara mengelola konten yang menarik bagi klien dan memahami perkembangan tren di media sosial sebagai *Social Media Content Creator*.

1.4. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.4.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang.

Pelaksanaan kerja magang secara keseluruhan dilakukan sebanyak 5 (lima) hari dalam satu minggu dengan sistem *Hybrid*. Kantor PT Southern TriStar terletak di Menara 165, 19th Floor Unit 4, Jl. TB Simatupang Kav.1, East Cilandak, Pasar Minggu, South Jakarta, 1256, Indonesia.

Sesuai dengan kontrak magang, pelaksanaan kerja magang sebagai *Social Media Content Creator* di PT Southern TriStar dimulai pada tanggal 3 Februari 2025, dan akan selesai pada tanggal 6 Juni 2025. Jam pelaksanaan kerja magang di PT Southern TriStar adalah 8 jam/hari di mulai dari pukul 08.00 WIB s/d 17.00 WIB.

1.4.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN.
- 2) Mengisi KRS internship di myumn.ac.id dengan syarat telah menempuh 90 sks dan tidak ada nilai D & E. Serta *me-request* transkrip nilai dari semester awal hingga semester akhir sebelum magang di www.gapura.umn.ac.id.
- 3) Memiliki kesempatan untuk mengajukan KM-01 lebih dari satu kali melalui pengisian Google Form di email untuk verifikasi tempat magang yang memenuhi persyaratan dan mendapatkan persetujuan dalam bentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang) dari Kepala Program Studi.
- 4) Mengisi dan mengunggah form KM-01 di website Merdeka.umn.ac.id.
- 5) Memberikan Surat Pengantar Magang (KM-02) kepada Perusahaan sebagai bukti persetujuan magang dari pihak kampus.
- 6) Melampirkan *Letter of Acceptance* dari Perusahaan ke website Merdeka.umn.ac.id.
- 7) Mengisi *daily task* di website Merdeka.umn.ac.id selama proses kerja magang berjalan dan mengajukan persetujuan kepada *supervisor* di tempat magang.
- 8) Menulis laporan magang, mengikuti bimbingan magang, serta mengumpulkan progress pengerjaan laporan magang.

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat kerja Magang

- 1) Proses pengajuan praktek kerja magang dengan mengisi form data diri pada *Google Form* dan mengajukan lamaran melalui email pada tanggal 24 Januari 2025, serta mengunggah *Curriculum Vitae* (CV) dan Portofolio.
- 2) Proses penerimaan praktek kerja magang di PT Southern TriStar dengan menerima pesan lolos seleksi melalui akun whatsapp resmi pada tanggal 30 Januari 2025 dan mendapatkan surat penerimaan praktek kerja magang yang ditandatangani oleh HR Siti Aminah.

C. Proses Pelaksanaan Praktek Kerja Magang

- 1) Proses kerja magang dilaksanakan sejak tanggal 3 Februari 2025 hingga 6 Juni 2025, dengan posisi sebagai *Social Media Content Creator Intern*.
- 2) Penugasan dan kebutuhan informasi, didampingi langsung oleh *Supervisor Marketing* yaitu Fransiska Viviana selaku Pembimbing Lapangan.
- 3) Melakukan job desk keseharian sebagai *Social Media Content Creator Intern*.
- 4) *Supervisor* melakukan penilaian terhadap kerja magang melalui *website* Merdeka.umn.ac.id.

D. Proses Pembuatan Laporan Praktek Kerja Magang

- 1) Pembuatan laporan magang dilakukan sesuai dengan instruksi dari panduan akademik, serta panduan magang yang tersedia di my.umn.ac.id.
- 2) Pembuatan laporan magang dibimbing oleh dosen pembimbing magang, yaitu Henilia Yulita, dengan minimal pertemuan bimbingan sebanyak 8 kali.
- 3) Progress pengerjaan laporan magang akan dikumpulkan setiap bimbingan berikutnya.