

BAB I

PENDAHULUAN

2.3 Latar Belakang

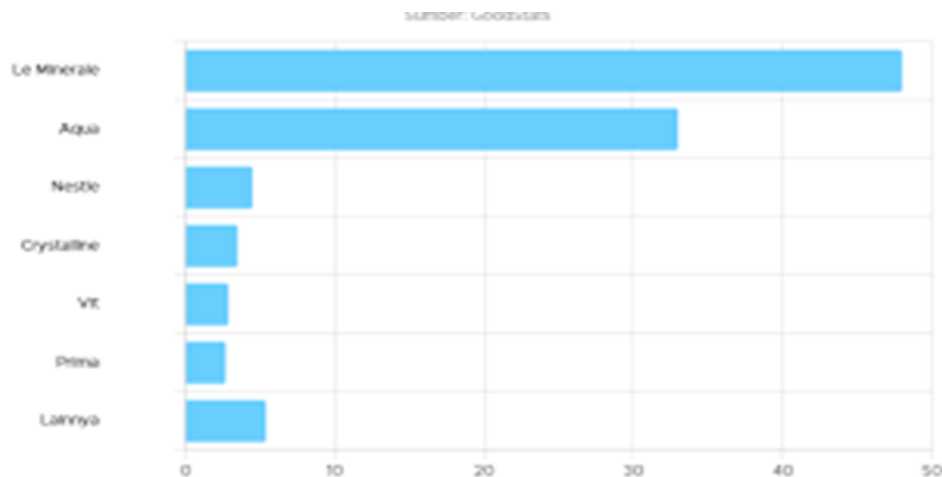
Dalam era komunikasi digital yang berkembang pesat, perusahaan dituntut untuk bertransformasi dari pendekatan pemasaran tradisional menuju strategi yang lebih adaptif dan berbasis teknologi. Penulis melihat pentingnya mendapatkan pengalaman langsung di industri untuk memahami bagaimana teori yang dipelajari di bangku kuliah diterapkan dalam dunia kerja yang sesungguhnya (Orlandi, 2016)

Air merupakan elemen paling mendasar dalam kehidupan manusia. Kebutuhan akan air minum yang bersih, sehat, dan aman menjadi prioritas utama di tengah gaya hidup modern yang serba cepat. Masyarakat saat ini semakin sadar akan pentingnya mengonsumsi air berkualitas sebagai bagian dari pola hidup sehat. Tidak hanya sebagai pemuas dahaga, air minum juga menjadi simbol gaya hidup bersih, sehat, dan berkelanjutan (Lunegova et al., 2023).

Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) merupakan salah satu produk instan yang banyak dijumpai di pasaran, dengan berbagai keunggulan dan manfaat yang ditawarkan. Persaingan antar produsen AMDK mendorong konsumen menjadi lebih cermat dan selektif dalam menentukan pilihan produk yang akan dibeli. Sebagian besar konsumen membeli produk karena didorong oleh kebutuhan. Saat ini, masyarakat cenderung lebih menyukai produk makanan dan minuman yang bersifat alami, seiring dengan meningkatnya permintaan dan peluang bisnis di sektor AMDK yang semakin menjanjikan (Parag et al., 2023).

Permintaan akan air minum terus bertambah sejalan dengan pertumbuhan jumlah penduduk. Hal ini mendorong semakin banyak perusahaan yang terjun ke bisnis AMDK dan melakukan ekspansi guna memperluas jangkauan pasar mereka. Di sisi lain, meskipun kebutuhan masyarakat akan air minum sangat tinggi, akses terhadap air minum yang aman dan berkualitas tinggi semakin sulit ditemukan (Coniglio et al., 2020)

Dalam hal ini Rivero hadir dengan kualitas yang baik, terutama karena proses pemurnian air menggunakan teknologi Reverse Osmosis (RO) dan sumber air dari Gunung Salak. Rivero juga mengklaim produknya bebas dari logam berat dan tidak menyebabkan lendir pada dispenser. Hal tersebut membuat penulis ingin mendapatkan pengetahuan yang lebih mendalam terkait produk Rivero.



Gambar 1.1 Merek Air Terlaris saat Bulan Puasa 2025

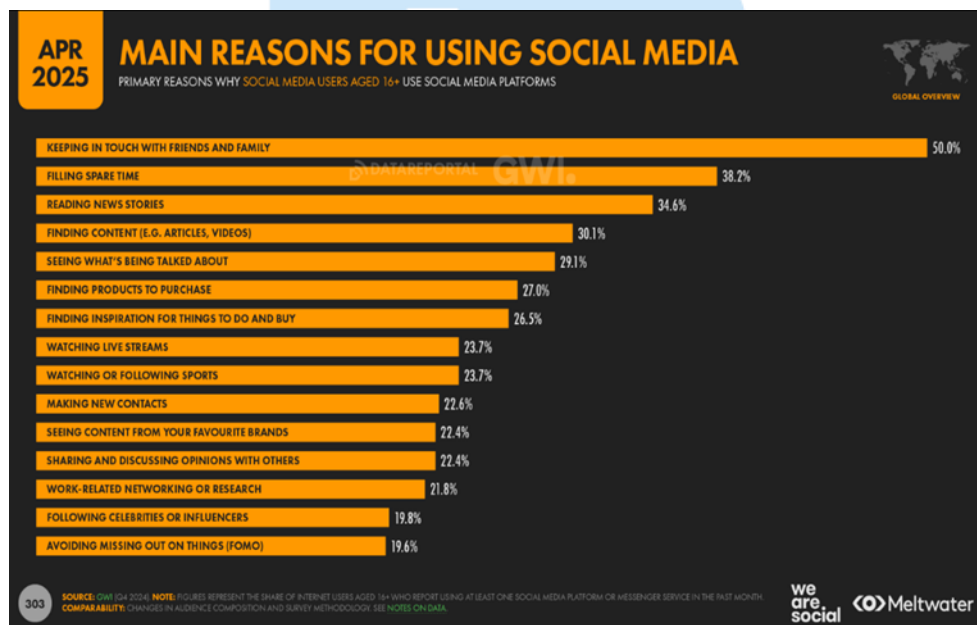
Sumber: GoodStats (2005)

Dalam Industri Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) saat ini mulai di kuasi oleh Le Minerale sebagai Market Leader, data tersebut diambil pada tahun 2025 saat bulan puasa kemarin, Dari data tersebut Le Minerale memimpin market leader dan di susul oleh Aqua, Nestle, Crystalline, Prima, vit, dan Lainnya, dari gambar diatas bisa dilihat bahwa Rivero memiliki peminat yang sedikit, hal tersebut terjadi dikarenakan kurangnya Awareness dari Produk Rivero.

Dalam hal ini Rivero ingin memberikan penjualan yang berbeda dengan beberapa Merek air lainnya dengan menjual Air Demineral, Air demineral merupakan air yang telah dihilangkan kandungan mineralnya seperti kalsium, magnesium, dan garam-garam lainnya, dalam hal ini saya ingin mempelajari produk ini dikarenakan, produk ini memiliki perbedaan dari produk air lainnya.

Dalam hal ini Rivero ingin memberikan pengetahuan dan Product Knowledge yang dimiliki mereka melewati akun sosial mediana, karena mreka menyadari

bahwa perkembangan teknologi di zaman Digital berkembang sangat pesat, dan memberikan penjelasan produk di zaman sekarang akan lebih diminati jika itu berupa Poster ataupun konten Digital. Pada tahun 2025, penerapan content marketing berbasis data dan teknologi menjadi pusat dari strategi pemasaran yang sukses. Salah satu aspek penting dalam praktik ini adalah personalisasi konten menggunakan teknologi seperti Artificial Intelligence (AI). Menurut (Zhai et al., 2021), penggunaan AI memungkinkan perusahaan untuk memahami perilaku konsumen secara lebih mendalam, sehingga strategi komunikasi yang dilakukan dapat bersifat individual dan relevan.



Gambar 1.1 Tabel alasan penggunaan sosial media
Sumber: We are social (2025)

Berdasarkan data di atas ada beberapa alasan masyarakat menggunakan sosial media, dan salah satunya *Finding Products to purchase*. Dimana seseorang menggunakan sosial media untuk mengakses informasi mengenai produk yang ingin dibeli. Dalam hal ini, Rivero ingin masyarakat dapat mencari produk dan membeli produk Rivero melalui akun sosial Media. Oleh karena itu penulis ingin menjadi *Intern Sosial Media Marketing* di PT Mitra Anugerah Pratama Sejahtera

agar dapat menjalankan dan mengembangkan Ide/Konten pada akun sosial media Rivero

Selain itu, penulis ingin menjadi *Sosial Media Marketing* yang dapat menjalankan akun sosial media produk Rivero, dengan harapan audiens dapat berperan aktif dan memilih produk Rivero sebagai salah satu air yang dapat dikonsumsi sehari-hari dan berharap Rivero dapat dikenal dan dijadikan produk air mineral yang sehat dan berkualitas tinggi.

Selain itu, divisi Sosial Media Marketing memiliki peran krusial dalam menjelaskan tentang *product knowledge* di akun sosial media Rivero, membangun citra positif, serta menciptakan hubungan yang baik dengan konsumen. Dengan magang di divisi ini, penulis berharap dapat memperdalam pemahaman tentang strategi pemasaran digital, branding, secara langsung di industri ini.

Magang di PT Mitra Anugerah Pratama Sejahtera juga memberikan kesempatan untuk berkontribusi langsung dalam mengembangkan *product knowledge* dari produk rivero, mengasah keterampilan komunikasi, serta memperluas jaringan profesional yang dapat bermanfaat bagi karir penulis di masa depan. Pengalaman ini akan menjadi awal yang baik untuk karir penulis kedepannya.

Pengalaman magang ini juga memberikan kesempatan untuk bekerjasama dengan berbagai divisi yang ada di dalam perusahaan. Dalam dunia pemasaran digital, kolaborasi antar tim sangat penting untuk menciptakan strategi yang efektif. Penulis ingin mendapatkan pengalaman baru tentang menjalankan Akun Sosial Media, dan bekerja secara nyata sesuai dengan pelajaran yang telah di dapatkan di bangku perkuliahan yang bermanfaat untuk karir penulis kedepannya.

Pada Akhirnya, program magang ini menjadikan peluang untuk mengembangkan keterampilan interpersonal yang penting dalam dunia profesional. Selain itu, kemampuan komunikasi yang efektif, keterampilan dalam berkomunikasi, membuat ide konten, dan beradaptasi dengan lingkungan perusahaan yang cepat sangatlah berharga. Pengalaman ini mengajarkan penulis

untuk bekerja di bawah tanggung jawab, tekanan, serta fokus pada tujuan kedepannya.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan magang yang dilakukan di Pt Mitra Anugerah Pratama Sejahtera dilakukan untuk mempelajari banyak hal tentang sosial media marketing dan menjadikan pengalaman kerja di kehidupan nyata, tujuan dari dilakukannya kegiatan magang ini sebagai berikut:

- A. Mempelajari dan mengimplementasikan pelajaran dalam bangku kuliah dalam praktik kerja nyata dalam industri kreatif, serta Mengembangkan hard skill
- B. Mempelajari dan mengimplementasikan pelajaran yang ada dibangku perkuliahan, yang menjejarkan tentang bagaimana cara mengelola akun sosial media, yang harus di lakukan dalam praktik kerja nyata yang dapat mengembangkan kemampuan hard skill

1.3 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

1.3.1 Waktu pelaksanaan magang

Proses pelaksanaan magang di PT Mitra Anugerah Pratama Sejahtera dilakukan kurang lebih selama lima bulan yang dimulai dari tanggal 3 Febuari 2025 sampai 10 juni 2025. yang berlokasi Ruko Sentra Niaga Puri Indah T1 – 29, Jl. Puri Indah Raya, RT.1/RW.2, Kembangan Selatan, Kecamatan. Kembangan, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Jam kerja magang dilakukan pada hari Senin sampai hari Jumat pukul 08.00 – 17.00 WIB. Pelaksana melakukan kegiatan magang pada divisi *Social Media Marketing* sebagai *Content Writer*. Dalam satu hari, terhitung 8 jam waktu kerja magang dan 1 jam untuk waktu istirahat.

Untuk memenuhi persyaratan kegiatan MBKM Magang *Track 1* dengan total kerja selama 640 Jam, jika terdapat beberapa kesempatan

untuk menambah jam kerja, pelaksana juga mengambil waktu lembur. Sebagai divisi *Social Media Marketing* juga memiliki fleksibilitas yang memungkinkan bekerja pada hari libur, seperti hari Sabtu apabila terdapat keadaan mendesak. Namun peserta magang tetap dapat menikmati waktu luang pada akhir pekan dan hari libur nasional.

1.3.2 Prosedur pelaksanaan kerja magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

1. Rutin mengikuti bimbingan dan program persiapan magang yang disediakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN.
2. Memilih mata kuliah dan pemilihan Internship Track 1 di myumn.ac.id dengan syarat telah menyelesaikan 90 SKS tanpa mendapatkan nilai D atau E.
3. Mencari perusahaan sebagai tempat magang berlangsung sesuai dengan syarat dan ketentuan yang disediakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN.
4. Mengisi formulir KM-01 untuk mendapatkan persetujuan tempat magang, kemudian persetujuan dikirim melalui KM-02 (Surat Pengantar Magang) sebagai Surat Pengantar Magang untuk diberikan kepada pihak perusahaan dan dikumpulkan di Merdeka UMN
5. Mengunduh surat KM-03 (Kartu Kerja Magang) untuk diberikan kepada pihak perusahaan sebagai surat magang dari pihak kampus UMN
6. Mengisi KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang) melalui platform merdeka.umn.ac.id untuk memenuhi syarat kelulusan praktik kerja magang.

2. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

1. Pengajuan magang dilakukan dengan menghubungi via email kepada HR perusahaan yang didapatkan melalui Link.in mengenai lowongan magang. Pada tanggal 27 Januari 2025, penulis melakukan interview dengan HR

perusahaan. Lalu pada tanggal 30 Januari 2025 penulis melakukan interview dengan user dan diberikan penugasan.

2. Penerimaan magang di PT. Mitra Anugerah Pratama Sejahtera diberitahukan melalui email secara langsung pada tanggal 31 Februari 2025. Praktik magang berlangsung pada tanggal 3 Februari 2025.

2. Proses Praktik Kerja Magang

1. Praktik magang dilakukan dengan menjalankan posisi Multimedia Marketing Intern pada Divisi *Social Media Marketing*.
2. Proses magang didampingi oleh *Manager Marketing*, Lip Hin selaku Supervisor saya
3. Menyiapkan kelengkapan form KM-03 hingga KM-07 selama proses magang berlangsung.

C. Proses Pembuatan Laporan Magang

1. Penulisan laporan magang dibimbing oleh Dr. Henilia Yulita SE., MM., M.I.Kom. Selaku Dosen Pembimbing dalam pertemuan langsung maupun online.
2. Laporan akan dikumpulkan serta diterima oleh Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi
3. Laporan yang sudah mendapatkan persetujuan dan telah ditandatangani akan diunggah melalui platform merdeka.umn.ac.id untuk lanjut ke proses sidang.