BAB I

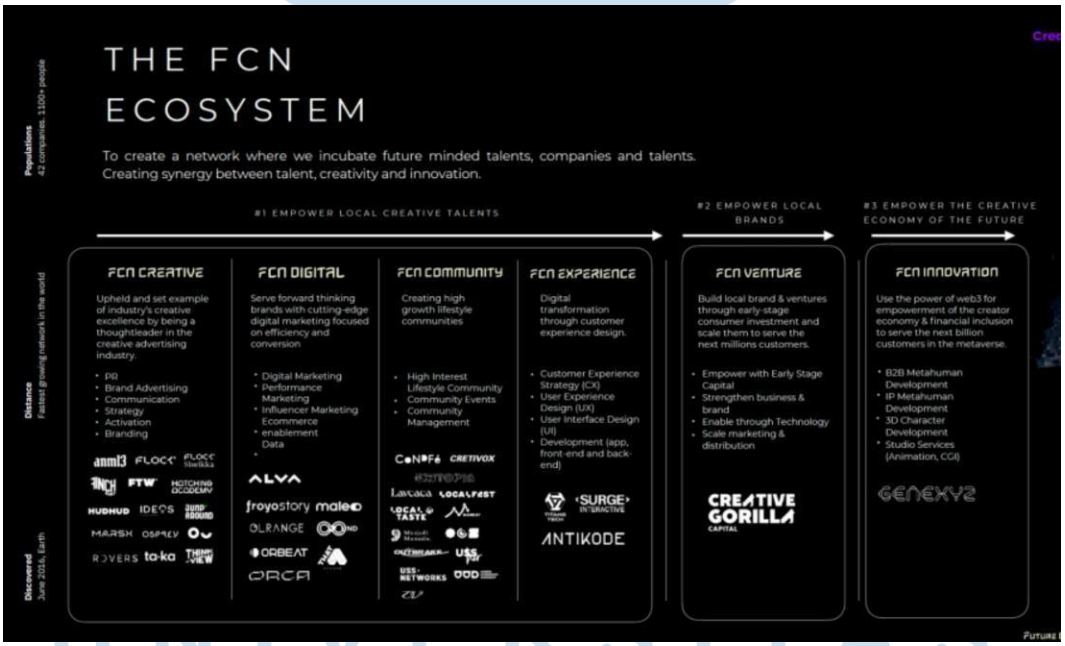
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada tahun 2024, nilai ekonomi digital Indonesia diestimasi telah melesat sebanyak 13% hingga mencapai sebesar Rp1.490 triliun (Gosta, 2024). Pertumbuhan pesat ini membuat kebutuhan *brand* akan strategi pemasaran yang relevan dan adaptif semakin tinggi. Praktik strategi pemasaran inilah yang menjadi fokus utama dalam aktivitas magang *Content Writer Intern* di Froyo Story. Pemasaran digital melalui proses penulisan dan perancangan konten menjadi fokus untuk menjangkau pasar yang lebih luas, mempercepat proses pengambilan keputusan berbasis data, dan menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih personal (Faridy et al., 2025, p. 6). Melalui pemasaran *brand* secara digital, aktivitas *Content Writer Intern* dari pengumpulan data hingga evaluasi konten ditujukan untuk mengoptimalkan pertumbuhan bisnis (Sari et al., 2021, p. 7).

Aktivitas kerja magang *Content Writer Intern* yang dilakukan di agensi kreatif digital, Froyo Story melibatkan penyusunan strategi dan pengemasan ide menarik untuk mengoptimalkan konten. Aktivitas tersebut antara lain adalah mengumpulkan *insight* dan melakukan riset yang pada akhirnya dilanjutkan pada pembuatan konten *editorial plan*. Praktik dari tahapan aktivitas kerja magang *Content Writer Intern* yang dilakukan di perusahaan Froyo Story juga seringkali menggunakan konsep *copywriting* sebagai landasannya. Objektif dari proses kreatif ini adalah menyampaikan informasi, baik itu yang mengedukasi, menghibur, maupun memberikan nilai bagi target audiens (Gupta, 2020). Selain itu, perancangan konten ini juga ditujukan untuk mendorong audiens melakukan aksi pembelian. Harapannya, nilai yang dikemas melalui rangkaian strategi dan proses kreatif dapat membangun kepercayaan dan loyalitas pelanggan pada perusahaan.

Froyo Story sendiri tergabung dalam ALVA Digital bersama dengan agensi kreatif lainnya seperti Maleo, Antikode, Orca, Orbeat, dan Olrange di bawah ekosistem Future Creative Network (FCN) Digital. Sebagai agensi kreatif digital, aktivitas kerja magang di Froyo Story melibatkan rancangan strategi dan konten kreatif untuk klien-klien ternama. Beberapa di antaranya adalah Geely Auto Indonesia, Philips Lighting, WiZ Lighting, Kilau FOX, OCBC, dan sebagainya. Setiap *brief* yang diberikan oleh klien diupayakan untuk diproses dan diformulasikan menjadi solusi kreatif yang menjawab kebutuhan konsumen dan perusahaan. Proses ini dilakukan secara kolaboratif antar divisi untuk memastikan *output* yang dihasilkan selaras dengan identitas *brand* dan tujuan komunikasi yang diinginkan (Donnolo, 2017, p. 101). Dalam praktiknya, setiap tahapan dikerjakan secara terstruktur, mulai dari pengumpulan insight, riset audiens, investigasi sentimen, perancangan konten, *monitoring* konten, dan evaluasi konten. Proses tahapan tersebut dilakukan untuk menjaga kualitas konten yang sesuai dengan kampanye *brand* yang berbeda pada setiap bulannya.



Gambar 1.1 Ekosistem FCN
Sumber: Dokumen Perusahaan (2025)

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Selama berjalan di industri kreatif, Froyo Story juga dihadapkan dengan kompetitor agensi kreatif lainnya. Beberapa di antaranya adalah Ogilvy Indonesia, Salvo, Pandawa Digital, Redcomm, dan sebagainya. Persaingan ketat ini menuntut Froyo Story untuk terus berinovasi dalam menciptakan strategi pemasaran digital yang relevan. Sejalan dengan tren terkini, konten yang diciptakan diupayakan tak hanya menarik secara visual atau tulisan, tapi juga melibatkan keterlibatan dengan audiens. Demikian, Froyo Story menjadi entitas agensi kreatif yang terus beradaptasi pada tren terkini dalam upaya memperkuat identitas brand bagi kliennya.

Aktivitas kerja magang yang telah dijalani selama beberapa bulan terakhir melibatkan perancangan konten media sosial yang sejalan dengan strategi pemasaran. Tahapan-tahapan proses perancangan konten seorang *content writer* dari *collecting insight* hingga *evaluating the result* ditujukan untuk menjawab kebutuhan klien melalui solusi kreatif. Aktivitas kerja magang ini juga bertujuan untuk memperdalam ilmu dalam mengembangkan konten, riset, strategi *digital marketing*, ide kreatif, dan pemikiran di baliknya. Selain itu, aktivitas ini juga dilakukan untuk menguji dan mengimplementasikan ilmu-ilmu yang telah diperoleh melalui 5 semester perkuliahan. Demikian, pengalaman magang tak hanya memberikan pengetahuan dan wawasan, tapi juga memperkuat keterampilan mahasiswa.

Motivasi untuk menempati posisi kerja magang sebagai *Content Writer Intern* didasarkan dengan kesesuaian latar belakang pendidikan Ilmu Komunikasi dan minat pribadi terhadap industri kreatif digital. Latar belakang sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi mendorong keinginan untuk terus mengasah pemahaman mengenai bagaimana sebuah brand membangun komunikasi yang relevan dengan audiens, khususnya melalui keterlibatan langsung di lingkungan industri digital. Posisi ini juga selaras dengan kemampuan praktis yang dimiliki seperti melakukan riset, menulis, menyusun konten kreatif, dan berpikir strategis dalam ranah pemasaran digital. Untuk itu, *Content Writer Intern* juga ingin melatih dan mempertajam kemampuan tersebut lebih lanjut untuk mendorong pengembangan diri secara profesional.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang memiliki maksud untuk mendapatkan gambaran tentang aktivitas industri komunikasi pada posisi *Content Writer*. Selain menjadi salah satu syarat kelulusan di Universitas Multimedia Nusantara, kerja magang juga bertujuan untuk mengasah keterampilan mahasiswa dalam hal praktik. Hal ini ditujukan agar mahasiswa tak hanya terampil dari segi pengetahuan, tapi juga dalam hal praktik dan pengalaman. Secara spesifik, aktivitas kerja magang ini bertujuan untuk:

1. Mengasah *hard skill* berupa *content research and analysis, content planning*, *content creating,* dan *content evaluation*.
2. Mengasah *soft skill* berupa kemampuan berkomunikasi, bekerja sama dalam tim, manajemen waktu, dan *creative problem solving*.
3. Memperoleh pengalaman di dunia kerja dan mengimplementasikan ilmu-ilmu yang sudah dipelajari selama kuliah.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas program kerja magang di Froyo Story akan dijalankan selama enam bulan dari 8 Januari 2025 hingga 7 Juli 2025 sesuai dengan surat perjanjian perusahaan. Periode kerja magang ini setara dengan sekitar 952 jam kerja di agensi kreatif digital, Froyo Story. Sesuai dengan panduan Magang *track* 1, periode pelaksanaan kerja magang ini telah memenuhi standar kerja, yaitu minimal 640 jam kerja. Spesifiknya, aktivitas kerja magang ini dilakukan di hari Senin sampai dengan Jumat, pukul 10.00-19.00 WIB (8 jam kerja dan 1 jam istirahat). Dinamika kerja di Froyo Story juga melaksanakan sistem *hybrid*, dengan minimal 3 hari *Work From Office*, dan jatah 2 hari untuk bekerja secara *Work From Home* setiap minggunya.

1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

1) Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN.

2) Melakukan pengisian KRS Internship di my.umn.ac.id dengan memiliki syarat telah memenuhi 110 sks serta tidak memiliki riwayat mengulang mata kuliah dan tidak memiliki riwayat nilai D & E.
3) Mengajukan KM-01 pada Google Form perihal tempat magang untuk mendapatkan persetujuan surat pengantar magang dengan bentuk KM-02 dari kepala program studi ilmu komunikasi jika KM-01 sudah sesuai dengan persyaratan kampus.
4) Mendapatkan surat persetujuan (KM-02) dari kepala program studi untuk melaksanakan aktivitas magang *track* 1 di agensi kreatif digital Froyo Story.
5) Mengirim surat persetujuan (KM-02) kepada agensi kreatif digital Froyo Story. serta mendapatkan surat penerimaan magang dari agensi kreatif digital Froyo Story. dan memasukan surat tersebut ke website merdeka.umn.ac.id untuk melakukan complete registration.
6) Mengisi daily task selama kerja magang dan waktu bimbingan.

B. Proses Administrasi Tempat Magang (Froyo Story)

1) Mengisi formulir registrasi magang Froyo Story berupa CV, data diri, Linkedin, dan kontak pada tanggal 16 Desember 2024.
2) Penulis mendapatkan informasi untuk mulai melaksanakan aktivitas magang pada tanggal 8 Januari 2025.
3) Penulis mulai melakukan aktivitas magang pada tanggal 8 Januari 2025 serta mendapatkan surat penerimaan magang dari Froyo Story untuk diserahkan ke website merdeka.umn.ac.id.
4) Memberikan surat KM-02 (Surat persetujuan magang dari UMN) kepada agensi kreatif digital Froyo Story secara daring pada tanggal 15 Januari 2025.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

1) Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai *content writer* pada agensi kreatif digital Froyo Story.

2) Penugasan dan kebutuhan informasi, didampingi langsung oleh Creative Group Head Tio Permadi selaku Pembimbing Lapangan.
3) Pengisian dan penandatanganan form KM-03 sampai KM-07 dilakukan pada saat proses praktik kerja magang berlangsung dan mengajukan lembar penilaian kerja magang (KM-06) kepada Pembimbing Lapangan pada akhir periode magang.

D. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

1) Pembuatan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Angga Ariestya selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan Google Meet.
2) Laporan praktik kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.
3) Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui diajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA