

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era digital yang berkembang pesat, industri e-commerce dan layanan *on-demand* mengalami pertumbuhan yang signifikan. Salah satu sektor yang berkembang pesat adalah *quick commerce*, yang memungkinkan konsumen mendapatkan kebutuhan sehari-hari dalam waktu singkat. Berdasarkan laporan dari Google, Temasek, dan Bain & Company (2022), sektor e-commerce di Asia Tenggara, termasuk Indonesia, mengalami pertumbuhan pesat dengan nilai transaksi yang diperkirakan mencapai lebih dari USD 100 miliar pada tahun 2025. Hal ini menunjukkan bahwa industri e-commerce dan layanan pengiriman cepat memiliki potensi yang besar untuk terus berkembang di masa depan.

Astro merupakan salah satu perusahaan *quick commerce* di Indonesia yang berfokus pada pengiriman cepat untuk memenuhi kebutuhan konsumen secara efisien. Dengan meningkatnya gaya hidup serba instan dan kebutuhan masyarakat akan pelayanan yang cepat dan praktis, Astro terus berinovasi dalam menyediakan layanan terbaik bagi pelanggan. Persaingan dalam industri ini semakin ketat dengan hadirnya berbagai platform serupa, seperti GrabMart, Gojek (GoMart), dan Shopee Express. Untuk tetap unggul dalam kompetisi, perusahaan harus menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif, khususnya melalui media sosial guna meningkatkan brand awareness dan engagement dengan pelanggan. Media sosial memiliki peran yang sangat penting dalam membangun citra perusahaan dan menarik perhatian target pasar, sehingga strategi komunikasi digital harus dirancang dengan baik agar mampu bersaing dalam industri yang kompetitif ini.

Dalam konteks pemasaran digital, peran *Social Media Specialist* menjadi semakin penting. *Social Media Specialist* bertanggung jawab dalam mengelola dan mengembangkan konten di berbagai platform digital, seperti Instagram, TikTok, Twitter, dan Facebook. Menurut Kotler dan Keller (2016), pemasaran digital yang tepat dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan membangun hubungan yang lebih kuat antara merek dan konsumennya. Selain itu, strategi pemasaran digital yang inovatif juga dapat meningkatkan interaksi dengan pelanggan serta membangun kepercayaan terhadap produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan. Oleh karena itu, *Social Media Specialist* memiliki tugas untuk menciptakan strategi konten, menganalisis tren pasar, serta mengoptimalkan kampanye digital agar lebih efektif dalam menjangkau target audiens.

Pemilihan tempat magang di Astro dengan posisi *Social Media Specialist* (Marketing) merupakan langkah strategis yang relevan dengan bidang yang ditekuni oleh penulis. Sebagai seorang yang memiliki latar belakang dalam Ilmu Komunikasi, penulis memahami bahwa komunikasi digital memiliki peran yang krusial dalam membangun hubungan antara perusahaan dan konsumen. Magang di Astro memberikan kesempatan bagi penulis untuk memahami lebih dalam mengenai strategi komunikasi digital, pengelolaan konten media sosial, serta implementasi kampanye pemasaran berbasis data. Selain itu, pengalaman ini juga memberikan wawasan mengenai perilaku konsumen digital dan tren industri e-commerce di Indonesia.

Selama menjalani program magang, penulis dapat mengasah keterampilan dalam menyusun strategi pemasaran digital, menganalisis performa konten, serta memahami bagaimana sebuah brand membangun interaksi yang efektif dengan pelanggan melalui media sosial. Selain itu, penulis juga dapat belajar mengenai kerja sama tim dalam dunia industri, serta memahami bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan dalam perusahaan besar seperti Astro dapat

membantu dalam mencapai tujuan bisnis yang telah ditetapkan. Dengan mendapatkan pengalaman langsung dalam industri yang berkembang pesat ini, penulis dapat mempersiapkan diri untuk menghadapi tantangan di dunia kerja dan mengembangkan kompetensi yang dibutuhkan di bidang komunikasi digital dan pemasaran.

Dengan demikian, magang di Astro sebagai *Social Media Specialist* merupakan peluang yang sangat berharga bagi penulis untuk memperoleh wawasan yang lebih mendalam mengenai industri *quick commerce* serta mengembangkan keterampilan praktis dalam komunikasi digital dan pemasaran. Pengalaman ini diharapkan dapat menjadi bekal yang berguna bagi penulis dalam meniti karir di bidang pemasaran digital dan komunikasi di masa depan.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melaksanakan kerja magang ini sebagai salah satu syarat akademik untuk menyelesaikan perkuliahan. Selain itu, kerja magang ini juga bertujuan untuk memberikan pengalaman langsung dalam dunia industri, khususnya di bidang pemasaran digital pada sektor *quick commerce*. Adapun tujuan dari pelaksanaan kerja magang ini adalah sebagai berikut:

1. Mengikuti secara langsung dinamika kerja di PT Astro Technologies untuk memahami strategi pemasaran digital yang diterapkan dalam meningkatkan daya saing perusahaan di industri *quick commerce*.
2. Mengidentifikasi dan memahami metode yang digunakan PT Astro Technologies dalam mengelola media sosial sebagai sarana komunikasi dengan pelanggan guna meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*) serta membangun loyalitas pelanggan.

3. Mengaplikasikan konsep-konsep komunikasi yang telah dipelajari selama perkuliahan, termasuk strategi penyusunan konten, copywriting, analisis target audiens, serta penerapan komunikasi visual dalam pemasaran digital.
4. Memanfaatkan data analitik media sosial untuk mengevaluasi kinerja konten, memahami pola interaksi pengguna, serta menyesuaikan strategi komunikasi berdasarkan tren pasar yang berkembang.
5. Meningkatkan keterampilan dalam bekerja secara profesional, baik dalam hal komunikasi, kerja sama tim, koordinasi lintas divisi, maupun adaptasi terhadap budaya kerja di industri digital marketing.

Dengan tujuan-tujuan tersebut, penulis berharap dapat memperoleh wawasan yang lebih luas mengenai industri pemasaran digital, serta mengembangkan keterampilan yang relevan dengan dunia kerja, khususnya dalam bidang komunikasi dan strategi pemasaran berbasis media sosial.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melaksanakan praktek kerja magang yang dimulai dengan proses *onboarding* secara langsung di kantor perusahaan pada tanggal **6 Januari 2025**, kemudian dilanjutkan dengan kegiatan magang sebagai *Social Media Specialist* hingga hari terakhir pelaksanaan program.

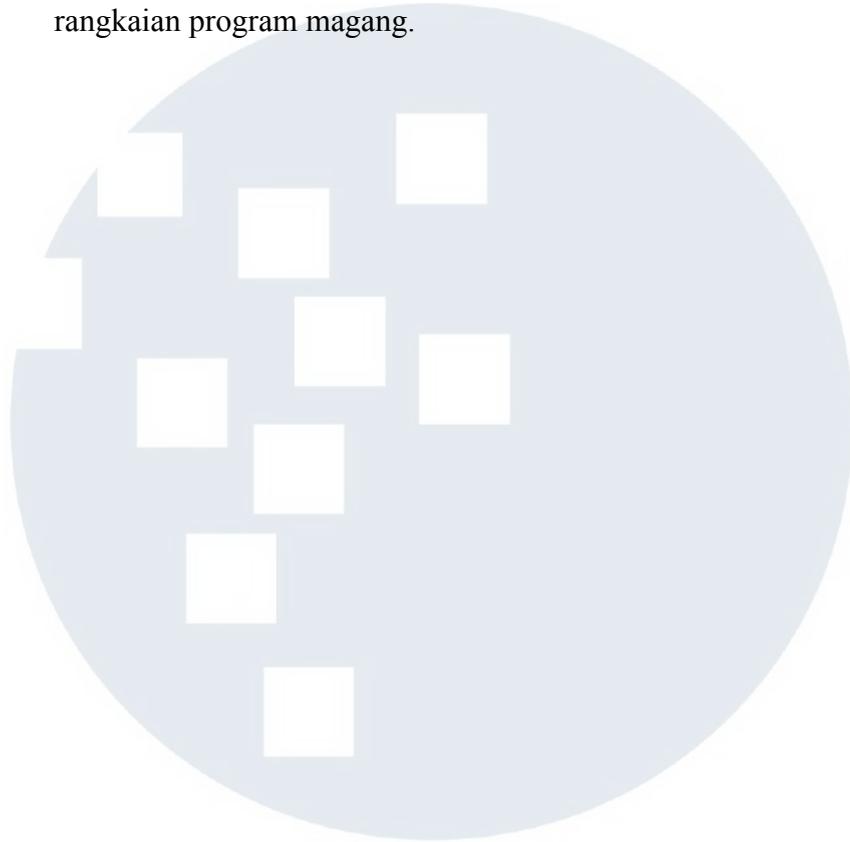
Magang ini dijalankan dengan sistem kerja *hybrid*, yaitu kombinasi antara *Work From Office (WFO)* dan *Work From Home (WFH)*. Jam kerja berlangsung dari pukul 08:30 hingga 17:30, dengan hari libur pada Minggu beserta hari libur nasional yang berlaku. Selama periode magang, penulis menjalani total 640 jam kerja dalam 80 hari.

Kegiatan magang ini berlangsung dari Januari hingga April 2025 dengan durasi 80 hari kerja atau total 640 jam kerja. Pelaksanaan magang mengikuti ketentuan yang telah ditetapkan dalam Panduan MBKM Magang Track 1 serta arahan yang diberikan oleh Program Studi.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1. Penulis mendaftarkan diri serta perusahaan tujuan dengan mengisi formulir registration pada website merdeka.umn.ac.id.
2. Penulis menerima KM-01 sebagai tanda persetujuan dari Kepala Program Studi, yang kemudian digunakan sebagai surat pengantar untuk melakukan magang di PT Astro Technologies.
3. Setelah diterima sebagai Social Media Specialist Intern, penulis mengisi data perusahaan final pada KM-02 sebagai bagian dari syarat administrasi penerimaan magang.
4. Penulis mendapatkan Kartu Kerja Magang (KM-04) sebagai bukti resmi pendaftaran magang sekaligus digunakan sebagai absensi harian.
5. Penulis dapat melakukan bimbingan magang dengan dosen pembimbing yang telah ditentukan melalui website merdeka.umn.ac.id.
6. Penulis memperoleh formulir laporan realisasi kerja magang (KM-05) untuk mencatat aktivitas selama masa magang di PT Astro Technologies.
7. Formulir penilaian kerja magang (KM-06) diberikan kepada pembimbing lapangan di perusahaan untuk menilai kinerja secara objektif.
8. Formulir verifikasi laporan magang (KM-07) diperoleh sebagai validasi terhadap laporan yang telah disusun.

9. Penulis melaksanakan sidang magang sebagai tahap akhir dari rangkaian program magang.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA