

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Di era digital saat ini yang terus berkembang, media sosial adalah salah satu alat komunikasi yang dimana digunakan untuk berbagai kebutuhan seperti menyampaikan informasi. Masyarakat yang menggunakan internet juga bergantung pada media sosial dikarenakan seluruh informasi dapat diperoleh lebih cepat melalui media sosial. Oleh sebab itu media sosial juga dapat digunakan oleh sebuah perusahaan untuk melakukan pemasaran. Perusahaan menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan konsumen dan calon konsumen agar hubungan yang dimiliki dapat dibangun.

Kesempatan ini tentunya digunakan oleh berbagai perusahaan-perusahaan termasuk perusahaan ritel yang dapat menggunakan media sosial untuk menyesuaikan preferensi pasar dan menyampaikan berbagai informasi seperti promosi. PT Akur Pratama yang merupakan salah satu perusahaan ritel terbesar di Jawa Barat turut menggunakan dan memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan informasi dan membuat konten agar dapat menjalin hubungan yang baik dengan konsumen.

Menurut Ardiansah dan Maharani (2021), media sosial dapat digunakan sebagai komunikasi dua arah dan juga untuk membangun citra atau mendukung strategi pemasaran perusahaan. Platform seperti Instagram, Tiktok dan Youtube bukan hanya platform yang digunakan hanya untuk hiburan, tetapi juga untuk menyampaikan informasi mengenai produk atau promosi yang sedang dilakukan. Namun informasi atau konten yang disampaikan harus dapat disajikan dengan cara yang kreatif, unik dan relevan sesuai dengan karakteristik target atau audiens. Media sosial yang digunakan juga dapat sebagai wadah untuk memberi respon atau menerima tanggapan atas respon yang diberikan.

Dengan adanya hal tersebut tentunya dapat membangun hubungan antara perusahaan dan pengguna media sosial.

Menurut Kotler dan Keller (2016), ritel adalah aktivitas yang terlibat dalam penjualan barang atau jasa secara langsung kepada konsumen akhir. Artinya aktivitas yang dilakukan bisa dalam bentuk berbagai distribusi seperti penjualan online. PT Akur Pratama adalah perusahaan ritel yang memiliki banyak cabang dan sudah berdiri puluhan tahun. Hal itu membuktikan bahwa PT Akur Pratama sudah mendapatkan kepercayaan dari konsumen. Sebagai perusahaan ritel, PT Akur Pratama juga berusaha melakukan adaptasi dengan perkembangan teknologi di era digital saat ini. Salah satu caranya adalah melakukan menggunakan media sosial sebagai alat untuk berkomunikasi, baik dalam menerima informasi atau menyampaikan informasi. Hal ini dilakukan sebagai bentuk strategi untuk mempertahankan keberadaan perusahaan dan memperluas target pasar yang lebih kompleks.

Melalui program magang yang dijalani oleh penulis di PT Akur Pratama, penulis mendapatkan kesempatan untuk terlibat langsung dalam proses pembuatan konten digital. Program magang ini diharapkan dapat memberikan pemahaman lebih dalam mengenai bagaimana media sosial digunakan untuk membentuk persepsi dan memperkuat hubungan antara perusahaan dan konsumen. Pada divisi Digital Marketing di PT Akur Pratama atau Yoga Group, aktivitas pemasaran digital melalui media sosial mencakup pembuatan konten, marketing campaign dan analisis kinerja konten. Divisi memperlihatkan pentingnya strategi konten yang disesuaikan dengan karakteristik dan preferensi audiens di media sosial, serta bagaimana mengukur dan meningkatkan efektivitas kampanye.

## 1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Kegiatan kerja magang dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan sebagai mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara. Kegiatan kerja magang juga merupakan salah satu mata kuliah magang merdeka yaitu MBKM Track 1. Kegiatan kerja magang merupakan kegiatan wajib yang diadakan agar mahasiswa dapat memiliki pengalaman kerja dan pengetahuan di dunia kerja nyata. Pembelajaran atau pengetahuan yang diterima oleh mahasiswa selama masa perkuliahan diharapkan dapat diimplementasikan dalam kegiatan kerja magang. Penulis melaksanakan magang di PT. Akur Pratama ( Yogya Group ) pada divisi Digital Marketing dan berada di posisi Digital Marketing Intern.

Berikut tujuan kegiatan kerja magang adalah sebagai berikut:

1. Menambah pengalaman dan pemahaman mendalam tentang peran, tanggungjawab, dan strategi Digital Marketer dari perspektif perusahaan, konsumen, dan profesional di bidangnya. Dengan wawasan ini, keterampilan analisis, kreativitas, serta strategi pemasaran yang inovatif dapat lebih dikembangkan.
2. Meningkatkan kemampuan penulis melalui magang dengan pengalaman langsung di dunia kerja. Magang memberikan tantangan yang menjadi peluang untuk memperdalam wawasan, mengasah keterampilan teknis, analitis, serta pemikiran kritis. Selain itu, penulis dapat menerapkan teori, beradaptasi dengan industri, dan berinteraksi dengan profesional. Seiring berjalannya magang, kompetensi penulis terus berkembang untuk kesiapan di dunia kerja.
3. Penulis dapat menerapkan ilmu perkuliahan dalam praktik nyata di dunia kerja, merasakan langsung dinamika perusahaan, serta mengembangkan keterampilan profesional, adaptasi, dan problem-solving di industri terkait.
4. Penulis dapat terlibat dalam proyek digital marketing, berkontribusi, dan bertanggung jawab layaknya profesional. Magang ini juga melatih komunikasi dengan rekan kerja dalam lingkungan profesional.

### **1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Berdasarkan ketentuan yang diberikan oleh Universitas Multimedia Nusantara, agar dapat mengikuti magang track 1 mahasiswa harus berstatus aktif pada program D3 atau S1 di Universitas Multimedia Nusantara, wajib memenuhi minimal 110 SKS, wajib memiliki Indeks Prestasi Semester (IPS) sekurang-kurangnya 2.50, tidak memiliki nilai C pada mata kuliah yang bersifat wajib, dan sudah mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh masing-masing program studi.

#### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Kegiatan kerja magang dilaksanakan dari 17 Februari hingga 27 Juni 2025, dengan durasi selama 4,5 bulan. Magang berlangsung setiap hari Senin hingga Jumat, dengan jam kerja mulai pukul 08.00 hingga 18.00 WIB. Sesuai dengan panduan MBKM Track 1, minimal durasi kerja magang yang harus dipenuhi adalah 640 jam. Kegiatan ini dilakukan secara Work From Office (WFO) dan berlokasi di kantor pusat PT. Akur Pratama (Yogya Group), yang terletak di Jl. Terusan Buah Batu No.12, Batununggal, Kec. Bandung Kidul, Kota Bandung, Jawa Barat 40266.

#### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

**1. Mengikuti Briefing Magang:**

Pada tanggal 26 Juni 2024, penulis mengikuti briefing magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN

**2. Mengisi KRS Internship track 1:**

Mengisi KRS Internship track 1 di myumn.ac.id dengan syarat telah menempuh 102 SKS dan tidak ada nilai D & E.

**3. Pengisian KM-01:**

Mengisi data perusahaan dalam rangka mendapatkan persetujuan dari kaprodi dan mendapatkan KM-01.

**4. Pengisian Data Tambahan:**

Mengisi data perusahaan dalam rangka mendapatkan persetujuan dari kaprodi dan mendapatkan KM-01.

**5. Mengajukan Lamaran magang melalui form pendaftaran magang:**

Mengajukan lamaran pekerjaan melalui form pendaftaran magang yang disediakan oleh perusahaan. Dalam pengisian form, penulis menyertakan data diri, CV dan portfolio.

**6. Pertemuan online dengan HRD PT Akur Pratama**

Setelah lolos tahap seleksi CV, HRD dari PT Akur Pratama mengajak dan membuat pertemuan online pada 10 Februari 2025. Pertemuan tersebut menjelaskan tentang rangkaian gambaran aktivitas yang akan dilakukan selama magang di perusahaan PT Akur Pratama serta menanyakan kesediaan calon peserta magang untuk menjalankan aktivitas tersebut.

**7. Interview User:**

Setelah calon peserta magang menyatakan ketersediaan untuk mengikuti rangkaian aktivitas di PT Akur Pratama, peserta akan mengikuti proses interview dari pihak recruiter PT Akur Pratama. Penulis mendapatkan jadwal interview pada 12 Februari 2025 oleh Pak Rio Mahendra Siahaan.

**8. Penerimaan dan Pembekalan:**

Pihak perusahaan melakukan pengumuman penerimaan untuk magang di PT Akur Pratama pada tanggal 15 Februari 2025.

**9. Memulai Program Magang:**

Penulis memulai kegiatan kerja magang pada tanggal 17 Februari 2025 yang berakhir pada 27 Juni 2025.