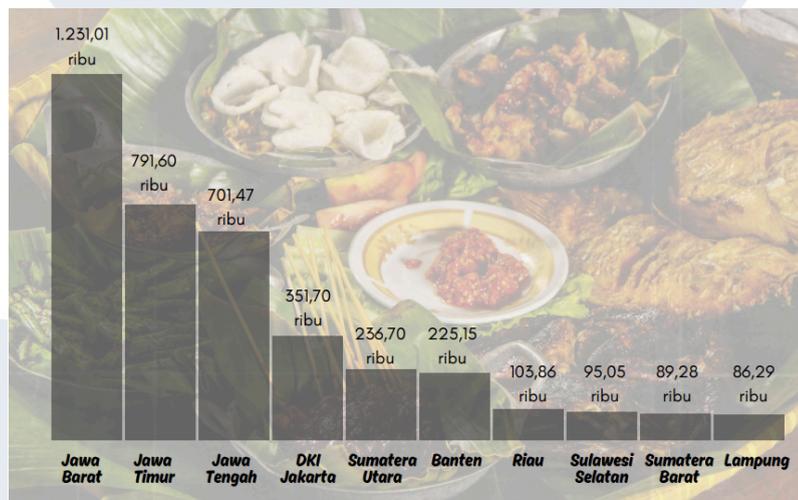


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri *Food and Beverage* atau biasa disebut F&B, merupakan industri yang bergerak di bidang makanan dan minuman, dimulai dari produksi hingga penjualan. Industri ini hidup berdampingan dengan masyarakat dan berkembang dengan pesat. Hal tersebut salah satunya dipengaruhi oleh kemajuan teknologi, yaitu media sosial, yang menjadi wadah efektif untuk melakukan pemasaran kepada konsumen. Beberapa faktor menjadi pendorong bagi konsumen untuk membeli produk perusahaan, seperti perubahan gaya hidup yang condong mencari inspirasi makanan melalui media sosial dan visualisasi yang menarik.



Gambar 1.1 Data Statistik Provinsi dengan Jumlah Usaha Penyediaan Makanan dan Minuman Tertinggi

Sumber: (Badan Pusat Statistik Indonesia, 2024)

Maraknya persaingan yang kian terus meningkat dalam industri ini, perusahaan perlu melakukan berbagai inovasi agar bertahan. Sebanyak 13,06% usaha dalam industri *Food and Beverage (F&B)* baru memulai usahanya tahun lalu, namun usaha yang mampu bertahan hingga 20 tahun pun cukup banyak, yaitu di angka 11,67% (Badan Pusat Statistik Indonesia, 2024). Di era digital seperti saat ini, mendorong pengusaha atau perusahaan dalam industri *Food and*

Beverage (F&B) memanfaatkan teknologi dan internet dalam bisnisnya. Tercatat dalam data hingga 5,49% proses produksi dalam industri *Food and Beverage (F&B)* menggunakan teknologi digital, seperti promosi atau pemasaran pada media sosial.

PT Cisarua Mountain Dairy Tbk merupakan produsen makanan dan minuman kemasan berbasis protein terkemuka di Indonesia (PT Cimory, n.d.). Perusahaan yang dikenal dengan inovasinya dalam produk, meraih penghargaan dari Forbes sebagai “*Best of the Best*” dari 200 perusahaan terbaik di dunia dengan pendapatan di bawah \$1 Miliar atau “*Best Under A Billion*” pada tahun 2024. Hal ini berhasil disorot oleh Forbes karena Cimory mencatat penjualan sebesar 4,42 triliun sepanjang tahun 2024, dua kali lipat dibandingkan tahun sebelumnya. Selain itu, Cimory juga mendapatkan banyak penghargaan, salah satunya adalah “*Indonesia’s Best Managed Companies 2024*” yang diberikan oleh Deloitte, hal tersebut menunjukkan penghargaan sebagai perusahaan dengan praktis bisnis yang luar biasa dan pertumbuhan berkelanjutan.



Gambar 1.2 Tangkapan Layar Penghargaan Cimory “Indonesia’s Best Managed Companies 2024” Tahun 2024 oleh Deloitte

Sumber: (PT Cisarua Mountain Dairy Tbk, 2024)

Praktik kerja magang diputuskan untuk dilaksanakan di PT Cisarua Mountain Dairy Tbk sebagai Media Sosial Marketing Spesialis *Intern* karena PT

Cisarua Mountain Dairy Tbk merupakan sebuah perusahaan besar dengan reputasi sangat baik. Lebih lanjut, PT Cisarua Mountain Dairy Tbk juga termasuk salah satu perusahaan yang menggunakan platform media sosial secara aktif dalam pemasaran produk-produknya. Beberapa platform media sosial yang dimiliki oleh Cimory adalah Instagram, TikTok, YouTube, dan X. Jika dibandingkan dengan kompetitor, salah satunya yaitu PT Greenfields Indonesia, Cimory termasuk perusahaan yang sangat *trendy* dalam melakukan pemasaran digital. Cimory berhasil membungkus setiap konten mereka dengan materi yang *relatable* dan berbasis *storytelling* sehingga dapat membangun hubungan baik bersama audiens.

Aktivitas pelaksanaan kerja magang di PT Cisarua Mountain Dairy Tbk sebagai Media Sosial Marketing Spesialis *Intern* memiliki beberapa *job desc*, diantaranya adalah merancang hingga memproduksi konten untuk media sosial Cimory, mendokumentasi acara atau kampanye yang sedang berlangsung, melakukan riset mengenai tren yang sedang berlangsung, dan melakukan data analisis mengenai media sosial Cimory. Melalui *job desc* yang dilakukan dalam aktivitas pelaksanaan kerja sebagai Media Sosial Marketing Spesialis *Intern*, dapat melatih kemampuan dalam berkomunikasi secara efektif melalui berbagai platform media sosial. Lebih lanjut, dapat memberikan pengalaman praktis dalam menerapkan strategi pemasaran digital di perusahaan. Dengan begitu, sebagai Media Sosial Marketing Spesialis *Intern* di PT Cisarua Mountain Dairy Tbk, dapat membantu meningkatkan keterlibatan audiens dengan merek Cimory dan mengoptimalkan penjualan produk-produk Cimory.

Salah satu konsep yang relevan dengan tugas magang sebagai Media Sosial Marketing Spesialis *Intern* adalah *Content Marketing Strategy* (Strategi Pemasaran Konten). Konsep ini merupakan aktivitas pemasaran apa pun yang membantu menjual produk, layanan, atau organisasi dengan penawaran informasi gratis (Bly, 2020). Fungsi dari pemasaran konten adalah untuk membangun kesadaran merek, meningkatkan respons terhadap kampanye pemasaran, mengkonversi lebih banyak lalu lintas online, dan mengedukasi prospek tentang teknologi, produk, layanan, dan aplikasi. Dalam konteks media sosial, strategi ini

memungkinkan perusahaan untuk menyampaikan pesan yang autentik dan menghubungkan merek dengan konsumen melalui berbagai jenis konten, seperti artikel, gambar, video, atau infografis. Dengan menggunakan platform media sosial, strategi ini juga mendukung interaksi langsung dengan audiens, yang penting untuk membangun loyalitas pelanggan.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Kegiatan pelaksanaan proses kerja magang memiliki tujuan dalam mendapatkan gambaran mengenai aktivitas industri komunikasi pada media pemasaran digital. Secara khusus, pelaksanaan proses kerja magang memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui secara langsung peran dan proses kerja seorang Media Sosial Marketing Spesialis *Intern* di dalam perusahaan, yaitu PT Cisarua Mountain Dairy Tbk.
2. Mengimplementasikan kemampuan dalam *content planning* yang telah didapatkan dari materi perkuliahan *Social Media & Mobile Marketing* pada aktivitas pelaksanaan kerja magang sebagai Media Sosial Marketing Spesialis *Intern* di PT Cisarua Mountain Dairy Tbk.
3. Meningkatkan pengetahuan dan kemampuan mengenai pemasaran digital, seperti pembuatan *content plan* dan memahami matriks di sosial media, khususnya di bidang industri *Food & Beverage*.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Proses pelaksanaan kerja magang dimulai pada bulan Februari hingga Agustus 2025, dengan sistem *Work From Office (WFO)* atau luring sebanyak lima kali dalam satu minggu. Sesuai dengan yang tertulis dalam kontrak magang, proses pelaksanaan kerja magang sebagai Media Sosial Marketing Spesialis *Intern* di PT Cisarua Mountain Dairy Tbk, dimulai tepatnya pada, 3 Februari 2025 dan berakhir pada 1 Agustus 2025, atau berdurasi waktu selama 6 bulan.

Jam pelaksanaan proses kerja magang di PT Cisarua Mountain Dairy Tbk adalah 8 (delapan) jam sehari tidak termasuk waktu lembur dan libur. Pada

hari Senin hingga Kamis, jam pelaksanaan kerja magang dimulai pukul 08.00 WIB hingga 17.00 WIB dengan durasi istirahat selama 1 (satu) jam pada pukul 12.00 WIB hingga 13.00 WIB. Terdapat perbedaan jam pelaksanaan kerja magang pada hari Jumat, yaitu dimulai pukul 08.00 WIB hingga 17.30 WIB. Hal ini dikarenakan jam istirahat memiliki waktu yang lebih lama untuk sholat Jumat, yaitu dimulai pukul 12.00 WIB hingga 13.30 WIB.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Mengikuti seluruh pembekalan akademik terkait Magang Track 1 yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi atau kampus.
- 2) Melakukan pengisian pra-KRS dengan memilih opsi “*Internship Track I*”.
- 3) Melakukan pengisian KRS “*Internship Track I*” yang berjumlah sebanyak 20 SKS di myumn.ac.id dengan memenuhi syarat untuk mengambil Magang Track 1.
- 4) Mengajukan *form* KM-01 melalui *Microsoft Forms* untuk memverifikasi tempat magang yang telah memenuhi persyaratan dari peraturan magang di Program Studi Ilmu Komunikasi.
- 5) Mendapatkan persetujuan dari kampus berbentuk *form* KM-02 (Surat Pengantar Magang) dari Kepala Program Studi.
- 6) Melakukan pengisian *form* KM-01 dan mengunggahnya di *website* merdeka.umn.ac.id.
- 7) Melampirkan *Letter of Acceptance* dari perusahaan magang pada *website* merdeka.umn.ac.id.
- 8) Melakukan pengisian *daily task* di *website* merdeka.umn.ac.id selama proses pelaksanaan kerja magang, serta mengajukan *approval* dan penilaian kepada *Supervisor* di tempat magang.

- 9) Mengikuti bimbingan magang, menulis laporan magang, dan mengumpulkan *draft* atau progres laporan magang kepada dosen pembimbing.

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

- 1) Pengajuan untuk praktik kerja magang diawali dengan mengisi formulir data diri pada *Microsoft Form*, serta menyelesaikan tes psikologi yang diberikan oleh PT Cisarua Mountain Dairy Tbk pada 21 Januari 2025.
- 2) Tahapan penerimaan praktik kerja magang di PT Cisarua Mountain Dairy Tbk meliputi wawancara awal dengan pihak HRD melalui panggilan *WhatsApp*, dilanjutkan dengan wawancara tatap muka bersama direktur dan *user*, serta konfirmasi kelulusan seleksi didapatkan melalui panggilan *WhatsApp* dari HRD pada tanggal 23 Januari 2025.
- 3) Tahapan selanjutnya dalam proses penerimaan praktik kerja magang di PT Cisarua Mountain Dairy Tbk mencakup pemenuhan administrasi, penandatanganan Surat Perjanjian Kerja, serta penerbitan *Letter of Acceptance* yang diberikan oleh pihak PT Cisarua Mountain Dairy Tbk pada tanggal 31 Januari 2025.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Proses praktik kerja magang berjalan pada 3 Februari 2025 hingga 3 Agustus 2025 dengan posisi Media Sosial Marketing Spesialis *Intern* di PT Cisarua Mountain Dairy Tbk.
- 2) Seluruh tugas, instruksi, dan kebutuhan informasi disampaikan oleh Selvia Dewartsi selaku *Brand Engagement Manager* dan juga *Supervisor*, serta Amelinda Ruby yang merupakan *Brand Engagement Spesialis*, selaku mentor.
- 3) Melakukan setiap *job desc* harian yang telah diberikan sebagai Media Sosial Marketing Spesialis *Intern*.
- 4) Mengerjakan dan meminta tanda tangan terkait *form* KM-03 hingga KM-07 dilakukan ketika proses pelaksanaan praktik kerja

magang berlangsung, serta melakukan pengajuan lembar penilaian kerja magang (KM-06) kepada *Supervisor* di akhir periode magang.

D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

- 1) Laporan magang dibuat berdasarkan arahan dari panduan akademik dan panduan magang yang didapatkan melalui my.umn.ac.id
- 2) Seluruh proses pembuatan laporan magang dibimbing oleh Hanif Suranto sebagai dosen pembimbing via *online* menggunakan ZOOM, dengan minimal delapan kali pertemuan hingga penyelesaian laporan ini.
- 3) Setiap progres pengerjaan laporan magang dikumpulkan satu minggu sekali pada Rabu, dengan tenggat waktu paling lambat pukul 17.00 WIB.

