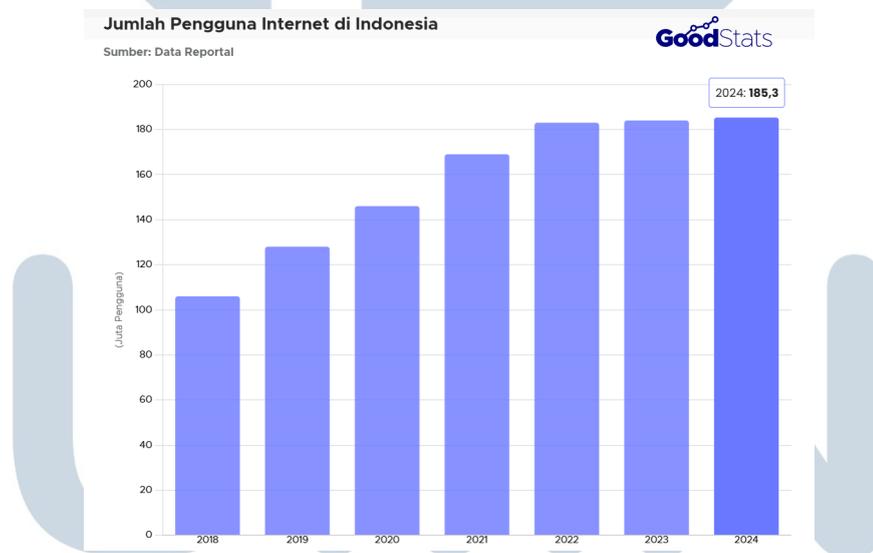


# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara sebuah bisnis beroperasi, termasuk dengan bagaimana strategi perusahaan dalam memasarkan bisnisnya. *Digital marketing* saat ini menjadi salah satu strategi utama perusahaan dalam meningkatkan awareness dan menjangkau target audiens secara efektif. Dengan perkembangan teknologi dan juga penggunaan media sosial yang semakin meningkat perusahaan dituntut untuk selalu mengadopsi strategi pemasaran yang efektif dan inovatif. Menurut data pada laman data.goodstats.id, Pada tahun 2024 pengguna internet di Indonesia telah mencapai angka 185,3 juta pengguna meningkat sekitar 24,6% dari tahun 2018 dengan jumlah 106 juta pengguna.



Gambar 1. 1 Data Pengguna Internet di Indonesia

Sumber: <https://data.goodstats.id/>

PT Global Edukasi Talenta Inkubator merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pendidikan dan pengembangan sumber daya manusia. PT Global Edukasi Talenta Inkubator atau yang bisa disebut dengan GeTI memberikan layanan pelatihan kerja berbasis inkubasi yang memiliki 5 skema program yang telah disahkan oleh BNSP yaitu *store operator*, *digital marketing*, *digital creative*,

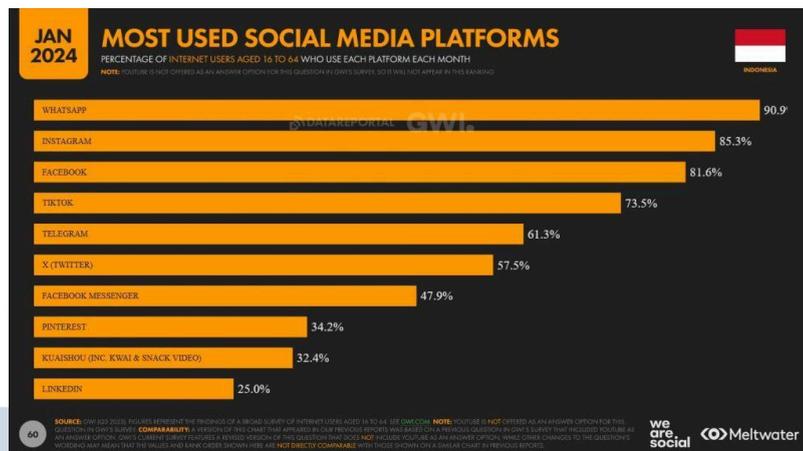
*global entrepreneur*; dan *logistic*. Dengan adanya perusahaan lain yang memiliki bidang bisnis yang sama membuat persaingan semakin ketat dalam industri ini, PT Global Edukasi Talenta Inkubator memerlukan strategi *digital marketing* yang efektif dan inovatif untuk memperkuat branding perusahaan sebagai perusahaan yang mengedukasi. Oleh karena itu, PT Global Edukasi Talenta Inkubator memanfaatkan berbagai platform digital seperti artikel, website dan juga media sosial khususnya Tiktok dan Instagram sebagai sebuah wadah untuk melakukan promosi jasa yang mereka tawarkan juga guna meningkatkan awareness masyarakat bahwa PT GeTI merupakan perusahaan yang menyediakan layanan pelatihan sertifikasi serta memberikan edukasi yang berbasis digital. Menurut data pada laman andi.link dengan judul Hootsuite (We are Social): Data Digital Indonesia 2024, pengguna media sosial di Indonesia per Januari 2024 mencapai angka 167 juta jiwa.



Gambar 1. 2 Data Pengguna Media Sosial di Indonesia

Sumber: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>

Menurut artikel yang sama platform media sosial yang paling banyak digunakan adalah media sosial whatsapp lalu Instagram, facebook, dan diikuti oleh Tiktok peringkat ke 4. Walaupun Tiktok menduduki peringkat ke 4 pada tahun 2024, namun saat ini Tiktok menjadi platform media sosial yang banyak diminati, mudah untuk menyampaikan informasi dan mudah juga untuk menaikkan awareness.



Gambar 1. 3 Data Platform Media Sosial yang Banyak Digunakan  
 Sumber: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>

Selama menjalani program magang di PT Global Edukasi Talenta Inkubator pada bagian *digital marketing*, penulis mendapatkan tugas untuk mengelola media sosial khususnya Tiktok. Dalam mengelola media sosial penulis bertugas untuk membuat *content planning*, *design cover* konten, editing konten, caption konten, dan juga menganalisis performa konten yang telah dipublikasikan pada Tiktok perusahaan dengan *username @geti.id*. Penulis juga diberikan goal untuk meningkatkan engagement akun Tiktok yang baru dibuat dan harus dimulai dari awal. Konten-konten yang harus di *post* berupa konten edukasi, tips atau rekomendasi, *news*, juga konten UGC/EGC. Pada beberapa kesempatan penulis juga diminta bantuan untuk membantu divisi lain entah dalam pembuatan konten maupun pekerjaan lainnya yang membutuhkan tenaga lebih.

Menurut Chaffey dan Chadwick (2016) *Digital marketing* merupakan aplikasi dari internet dan berhubungan dengan teknologi digital dimana didalamnya berhubungan dengan komunikasi tradisional untuk mencapai tujuan pemasaran. *Platform online* yang biasa digunakan dalam pemasaran digital adalah Website, Blog, Media sosial (Instagram, Whatsapp, Line, Tiktok dan lain sebagainya). Saat ini hampir semua wilayah di belahan dunia sudah terjangkau oleh internet dan penggunaan pemasaran secara digital sangatlah dibutuhkan oleh para pemasar karena peluang dari pemasaran secara digital sangatlah besar. Menurut Iram dan Chopade (2018) dalam Sabila (2019), pemasaran melalui *digital marketing*

menawarkan berbagai keunggulan seperti kenyamanan, kemudahan, fleksibilitas, serta kecepatan yang lebih tinggi dibandingkan metode pemasaran lainnya. *Digital marketing* memiliki tanggung jawab yang sama dalam mengidentifikasi, mengantisipasi, dan memenuhi kebutuhan pelanggan secara efisien – melalui penggunaan alat dan teknik digital atau online (Chaffey dan Smith, 2022). Pekerjaan ini memiliki daya tarik tersendiri bagi penulis yang memang memiliki ketertarikan di bidang digital khususnya media sosial dan pekerjaan ini juga bisa menambah pengetahuan dan juga meningkatkan keterampilan pemasaran digital.

## **1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang**

Pelaksanaan aktivitas kerja magang dilakukan untuk memenuhi syarat kelulusan di Universitas Multimedia Nusantara. Tujuan utama dari pelaksanaan program magang ini adalah untuk mengasah kemampuan penulis dalam bidang *digital marketing*, serta menambah pengalaman kerja nyata supaya nantinya mahasiswa siap dalam menghadapi tantangan di dunia kerja. Maksud dan tujuan dari pelaksanaan kerja magang di PT Global Edukasi Talenta Inkubator secara khusus adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui proses kerja pada divisi *Digital Marketing* di PT Global Edukasi Talenta Inkubator.
2. Mengimplementasikan kemampuan dan pengetahuan tentang *copywriting*, *content creating*, dan *video editing*.
3. Mengembangkan keterampilan yang relevan pada bidang *digital marketing*, seperti pembuatan konten, membuat *content planner*, dan pengelolaan media sosial.
4. Menambah wawasan tentang strategi Marketing di media sosial, termasuk dalam pembuatan ide dan produksi konten.

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

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

Aktivitas pelaksanaan kerja magang dilakukan penulis di PT Global Edukasi Talenta Inkubator dimulai pada tanggal 30 Januari 2025 diperkirakan akan selesai di pertengahan bulan Juni 2025. Pelaksanaan kerja magang dilakukan secara *work from office* (WFO) di kantor yang terletak di Great Western Resort, Lantai UG Jalan MH. Thamrin Km 2,7, RT.007/RW.001, Panunggangan Utara, Kec. Pinang, Kota Tangerang. Untuk waktu bekerja mulai dari Senin hingga Jumat dan minimal 2 kali dalam satu bulan masuk di hari Sabtu, dengan jam kerja 8.30-17.15 untuk hari Senin sampai Jumat dan 8.30-12.00 untuk hari Sabtu.

HARI	WAKTU
Senin-Jumat	8.30-17.15 WIB
Sabtu	8.30-12.00 WIB

Tabel 1. 1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang  
Sumber: Dokumen perusahaan

### 1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Ada beberapa tahapan yang harus dilalui dalam prosedur pelaksanaan kerja magang mulai dari proses administrasi atau persiapan dari kampus sampai pembuatan laporan akhir magang, berikut merupakan prosedur pelaksanaannya:

#### A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Mengikuti seminar pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN secara daring dan luring.
- 2) Mengisi KRS internship track 1 di myumn.ac.id dengan syarat telah menempuh minimal 90 sks dan tidak ada nilai D & E ataupun F.
- 3) melakukan verifikasi tempat kerja magang dengan mengajukan form KM-01 yang diisi melalui form yang diberikan oleh pihak kampus dan menunggu form KM-01 di setujui.
- 4) Setelah KM-01 disetujui, Form KM-02 sudah bisa diunduh untuk diberikan kepada perusahaan tempat kerja magang akan dilakukan
- 5) Melakukan pengisian data perusahaan pada website merdeka.umn.ac.id.

- 6) Selanjutnya, mengunduh form KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang), KM-05 (Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang), KM-06 (Penilaian Kerja Magang), KM-07 (Verifikasi Laporan Magang) untuk kebutuhan proses pembuatan laporan magang.

#### B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

- 1) Mengirimkan *Curriculum Vitae (CV)* dan juga portfolio ke PT Global Edukasi Talenta Inkubator secara langsung ke HR perusahaan pada tanggal 7 Januari 2025.
- 2) Melakukan pengenalan lingkungan pekerjaan dan briefing langsung di perusahaan pada tanggal 23 Januari 2025.
- 3) Mulai bekerja di PT Global Edukasi Talenta Inkubator pada tanggal 30 Januari 2025.
- 4) Surat keterangan kerja magang dari perusahaan baru dikeluarkan pada tanggal 10 Februari 2025 dan diunggah ke website [merdeka.umn.ac.id](http://merdeka.umn.ac.id) sebagai dokumen administrasi penerimaan magang.

#### C. Proses Pelaksanaan Praktek Kerja Magang

- 1) Penulis melakukan kerja magang pada divisi *Digital Marketing* untuk mengelola media sosial perusahaan khususnya Tiktok, membuat *content planning*, memproduksi konten untuk media sosial.
- 2) Penulis bekerja di PT Global Edukasi Talenta Inkubator di bawah bimbingan supervisor yang sudah berpengalaman dalam bidang ini yaitu Bapak Ivan Kristian, selaku *Head of Digital Marketing*.

#### D. Proses Pembuatan Laporan Praktek Kerja Magang

- 1) Penulis menjalani bimbingan penyusunan laporan kerja magang bersama dosen pembimbing, Bapak Ariel Barlian Obadyah, S.Sos., M.I.Kom., yang dilakukan secara daring.
- 2) Laporan magang yang telah disusun kemudian diserahkan kepada Kepala Program Studi untuk dilakukan verifikasi melalui formulir KM-07 (Verifikasi Laporan Magang) sebelum melanjutkan ke tahap akhir, yaitu sidang magang.