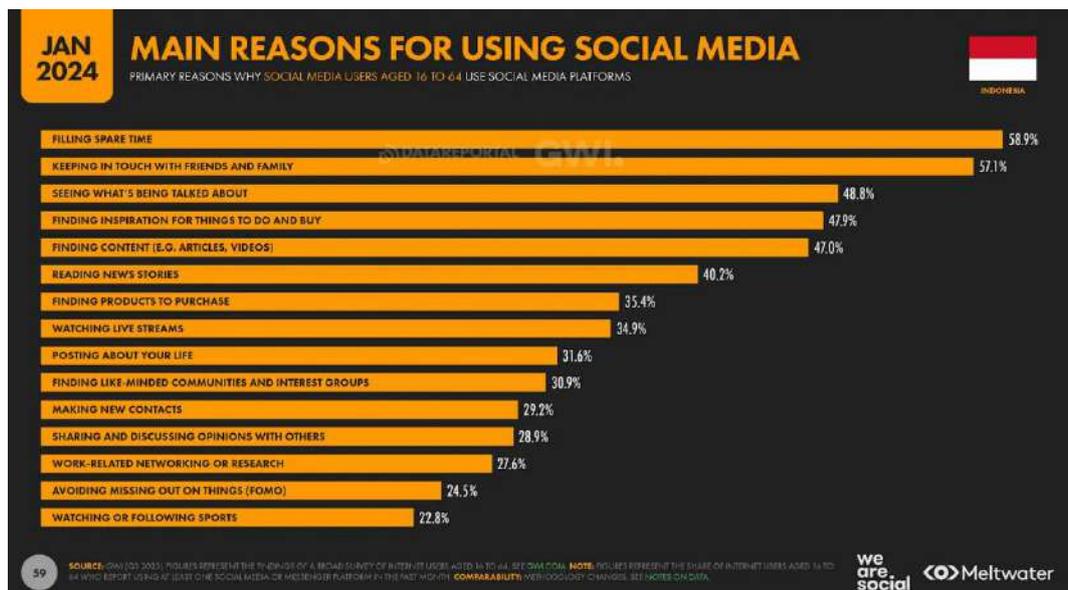


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi merupakan salah satu kegiatan yang terjadi setiap hari dan tidak dapat dihindari keberadaannya oleh manusia. Manusia pada dasarnya adalah makhluk sosial yang saling bergantung dengan satu sama lain. Sehingga, untuk saling terhubung, manusia memerlukan komunikasi. Dengan berkomunikasi, manusia dapat menyampaikan hasil pemikirannya dan pesan kepada manusia yang lain (Helmayuni et al., 2022). Seiring berjalannya waktu, cara berkomunikasi yang digunakan oleh manusia pun ikut berkembang. Kemajuan teknologi dari waktu ke waktu, memudahkan manusia dalam beraktivitas sehari-hari. Saat ini, teknologi digital sudah melekat erat dengan manusia. Tiada hari dalam aktivitas manusia yang tidak menggunakan teknologi digital, bahkan untuk sekedar bertukar kabar saja, manusia menggunakan kecanggihan teknologi digital yang ada.



Gambar 1.1 Data Alasan Utama Menggunakan Media Sosial
Sumber: Website meltwater.com (2024)

Media sosial menjadi salah satu inovasi dari perkembangan teknologi digital. Saat ini, media sosial menjadi alat bagi masyarakat mencari informasi,

berbagi kabar, dan berkomunikasi. Adanya media sosial membantu manusia dalam menjalani aktivitas sehari-hari. Media sosial merupakan saluran berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dan menunjukkan diri sendiri, baik secara langsung atau tidak langsung, dengan audiens secara luas maupun tidak yang memperoleh nilai dari konten yang dibuat oleh pengguna (*user-generated content*) dan persepsi dari interaksi dengan audiens yang lain (Carr & Hayes, 2015). Media sosial membantu manusia untuk terhubung dengan satu sama lain tanpa dibatasi oleh waktu dan jarak. Dengan media sosial, manusia dapat dengan bebas membagikan pendapat, mengekspresikan diri, membangun koneksi, serta mendapatkan informasi terbaru. Media sosial menjadi salah satu platform komunikasi digital yang sering digunakan oleh masyarakat.

Mengingat kembali pada saat pandemi COVID-19, pada awal tahun 2020, manusia benar-benar mengandalkan teknologi dan internet untuk beraktivitas sehari-hari. Masyarakat pada saat itu diharuskan untuk tetap di rumah masing-masing sebab pemerintah Indonesia mengeluarkan perintah untuk melakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Akibatnya masyarakat Indonesia, termasuk pelajar, baik siswa maupun mahasiswa melakukan pembelajaran secara daring. Di masa pandemi COVID-19 ini, platform komunikasi digital semakin digunakan, seperti *Zoom*, *Google Meet*, dan *Microsoft Teams*. Hal ini memudahkan masyarakat untuk terus melanjutkan aktivitas mereka, yang dulunya dilakukan secara tatap muka (*offline*) menjadi daring (*online*), walaupun terhalang oleh jarak. Bukan hanya kantor, sekolah, ataupun universitas yang mengubah metode mereka dari tatap muka menjadi daring, layanan bimbingan belajar pun turut melakukan perubahan untuk beradaptasi dengan situasi yang terjadi dengan melakukan perubahan cara mengajar secara daring. Layanan bimbingan belajar dipercaya dapat membantu siswa untuk mendapatkan pendidikan tambahan di luar lingkungan sekolah. Di Indonesia sendiri, terdapat banyak layanan bimbingan belajar, salah satunya adalah PT Sinotif Indonesia.

PT Sinotif Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pendidikan, mereka menyediakan jasa layanan bimbingan belajar untuk mata pelajaran matematika, fisika, dan kimia. Bimbingan belajar Sinotif terbuka bagi siswa dari sekolah dasar, sekolah menengah pertama, dan sekolah menengah atas, baik sekolah dengan kurikulum nasional, nasional plus, hingga internasional. Awalnya PT Sinotif Indonesia menyediakan layanan bimbingan belajar secara tatap muka. Namun, dikarenakan adanya pandemi COVID-19 yang melanda Indonesia saat awal tahun 2020, membuat PT Sinotif Indonesia untuk mengubah cara mengajar mereka, yang sebelumnya proses pembelajaran secara tatap muka menjadi daring.

Platform digital yang digunakan oleh PT Sinotif Indonesia untuk melakukan kegiatan belajar adalah *Zoom Meeting*. *Zoom Meeting* merupakan platform komunikasi dalam jaringan yang memudahkan penggunaannya untuk melakukan kegiatan seperti, pertemuan, presentasi, dan kolaborasi dengan video dan audio tanpa terhalang ruang dan waktu (Info, 2023). PT Sinotif Indonesia memanfaatkan salah satu kemajuan teknologi digital, yaitu menggunakan platform *Zoom Meeting* sebagai sarana untuk kegiatan belajar mengajar. Saat ini, PT Sinotif Indonesia menjadi bimbingan belajar daring secara penuh sejak dimulainya pandemi COVID-19. Perubahan metode dari tatap muka ke daring ini mendatangkan peluang baru bagi PT Sinotif Indonesia untuk melebarkan sayap mereka ke seluruh penjuru Indonesia bahkan hingga mancanegara.

Selayaknya bisnis pada umumnya, PT Sinotif Indonesia juga melakukan kegiatan promosi untuk meningkatkan *brand awareness* dan menjangkau target market mereka. Seiring berjalannya waktu, cara untuk melakukan promosi pun juga berubah. Yang sebelumnya menggunakan brosur, spanduk, dan baliho, sekarang PT Sinotif Indonesia juga melakukan digital *marketing* untuk mengikuti perkembangan zaman. Dengan menggunakan digital *marketing*, hal ini dapat mempermudah proses pemasaran menjadi lebih efisien (Obiwan, 2021). Salah satu dari digital *marketing* adalah dengan menggunakan media

sosial sebagai alat promosi memudahkan untuk menjangkau audiens secara luas.

Penulis merasa bahwa PT Sinotif Indonesia merupakan perusahaan yang tepat untuk melaksanakan kegiatan kerja magang karena dapat memanfaatkan perkembangan teknologi, yaitu media sosial, sebagai alat untuk melakukan kegiatan promosi perusahaan. Posisi penulis di PT Sinotif Indonesia dalam kegiatan kerja magang ini adalah sebagai *Social Media Marketing*, dengan tugas utama sebagai *Content Planner* dan *Copywriting*, serta tugas tambahan seperti menjadi *content creator* ataupun editor konten video. Penulis diberikan tanggung jawab untuk meningkatkan *engagement* dan *brand awareness* PT Sinotif Indonesia melalui media sosial pribadi PT Sinotif Indonesia. Penulis membuat konten yang menarik, interaktif, serta edukatif agar mendapatkan minat dari audiens namun tetap memberikan citra PT Sinotif Indonesia sebagai tempat yang edukatif mengingat perusahaan ini bergerak di bidang pendidikan.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang ini bermaksud untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan S1 program studi Ilmu Komunikasi, jurusan Komunikasi Strategis, di Universitas Multimedia Nusantara. Tujuan penulis melaksanakan kerja magang sebagai *Social Media Marketing*, dengan tugas utama sebagai *Content Planner* dan *Copywriter* di PT Sinotif Indonesia adalah sebagai berikut:

- 1) Mengetahui proses kerja di bidang *Social Media Marketing* di PT Sinotif Indonesia.
- 2) Mengasah *hard skills* dalam *content planning* dan *copywriting*.
- 3) Mengasah *soft skills* dalam *kreativitas*, komunikasi dan *time management*.
- 4) Mengimplementasikan pembelajaran yang didapatkan dari mata kuliah *Social Media and Mobile Marketing Strategy* dan *Art, Copywriting, and Creative Strategy*.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang berlangsung pada 3 Februari 2025 sampai 30 Juni 2025 dengan durasi minimum delapan puluh hari kerja atau 640 jam kerja sesuai dengan Panduan MBKM Magang Track 1 dan sesuai dengan arahan dari Program Studi. Penulis ditempatkan di salah satu kantor Sinotif yang terletak di Gading Serpong. Pelaksanaan kerja magang dilaksanakan dari hari Senin hingga Jumat, dimulai dari pukul 09.00 WIB dan berakhir pukul 18.00 WIB. Namun, ada kemungkinan jam kerja dimulai lebih awal dan berakhir lebih lama apabila ada kegiatan atau acara di luar kantor Sinotif Gading Serpong.

1.3.2 **Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

a) **Proses Administrasi Kampus (UMN)**

- 1) Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN via *zoom meeting*.
- 2) Mengisi KRS internship di myumn.ac.id
- 3) Mengajukan KM-01 lebih dari satu kali melalui pengisian *Google Form* di *e-mail* untuk verifikasi tempat magang yang memenuhi persyaratan dan mendapat persetujuan dalam bentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang) dari Kepala Program Studi.
- 4) Mengisi dan *submit form* KM-01 pada myumn.ac.id jika sudah mendapat perusahaan atau lembaga yang sesuai.
- 5) 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 *e-mail* yang berisikan *Curriculum Vitae* (CV) dan *portofolio* pada kontak *Human Resource* (HR) perusahaan yang bersangkutan.
- 2) Setelah *Curriculum Vitae* (CV) diterima oleh perusahaan, dilanjutkan dengan pertemuan oleh *Human Resource* (HR) perusahaan melalui *Zoom*.
- 3) Resmi menjalani kerja magang di PT Sinotif Indonesia per 3 Februari 2025.

c) Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Praktek kerja magang di PT Sinotif Indonesia dijalankan sejak 3 Februari 2025 sebagai *Social Media Marketing intern*.
- 2) Penugasan dan kebutuhan informasi, diawasi langsung oleh Hafidz Noor Rhaseed selaku supervisor.
- 3) Menjalankan tugas sehari-hari sebagai *Social Media Marketing intern*.
- 4) Pengisian form KM-03 atau *daily task* dilakukan saat proses magang berjalan melalui *website* merdeka.umn.ac.id dan diberi penilaian langsung oleh Hafidz Noor Rhaseed selaku supervisor.

d) Proses Pembuatan Laporan Praktek Kerja Magang

1) Pembuatan laporan praktek kerja magang dibimbing oleh Dr.

Arsa Widitiarsa Utoyo, S.T., M.Sn, selaku Dosen Pembimbing melalui aplikasi *Whatsapp* dan *Zoom*.

2) Laporan praktik kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.

e) Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui diajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA