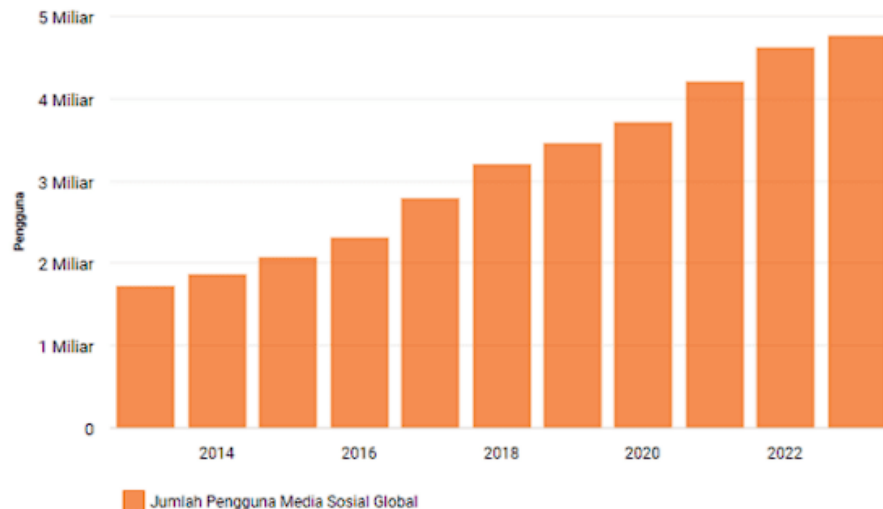


BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era digital yang terus berkembang pesat, pemasaran digital (digital marketing) telah menjelma menjadi salah satu aspek paling krusial dalam strategi bisnis modern. Perubahan perilaku konsumen yang kini lebih banyak mengandalkan teknologi digital seperti mesin pencari, media sosial, marketplace, dan situs web dalam mencari informasi maupun melakukan pembelian, mendorong perusahaan untuk bertransformasi dan mengintegrasikan pendekatan pemasaran berbasis teknologi dalam aktivitas bisnisnya. Tidak hanya itu, digital marketing memungkinkan perusahaan menjangkau target pasar secara lebih luas, tepat sasaran, serta dapat diukur secara real time melalui berbagai tools analitik yang tersedia.

Seiring dengan pesatnya digitalisasi ini, kompetensi dalam bidang digital marketing menjadi sangat relevan dan dibutuhkan oleh berbagai sektor industri. Keahlian dalam mengelola SEO (Search Engine Optimization), SEM (Search Engine Marketing), paid advertising, social media management, content marketing, serta analisis data digital, kini menjadi bagian penting dalam upaya perusahaan membangun brand awareness, meningkatkan traffic, dan pada akhirnya mendorong penjualan. Oleh karena itu, pemahaman mendalam mengenai digital marketing tidak hanya diperlukan oleh para pelaku industri, tetapi juga oleh mahasiswa dan calon lulusan yang ingin memiliki daya saing tinggi di dunia kerja yang semakin kompetitif.



Gambar 1. 2 Jumlah Pengguna Media Sosial Global
Sumber: Databoks (2023)

Gambar di atas menunjukkan jumlah pengguna media sosial secara global yang terus meningkat. Menurut We Are Social and Hootsuite, pengguna media sosial mencapai 4,76 miliar pada Januari 2023 (Annur, 2023). Dari data tersebut, kita mengetahui bahwa di era digital ini, media sosial berpengaruh besar terhadap banyak aspek. Selain digunakan untuk mendapatkan informasi dan berinteraksi, media sosial juga digunakan untuk berbisnis. Maka dari itu, kesempatan tersebut digunakan oleh banyak pengusaha untuk mengembangkan perusahaan melalui aktivitas komersial melalui konten-konten untuk memperkuat dan mempertahankan posisi di pasar.

Namun, semakin berkembangnya bisnis di era globalisasi ini, persaingan di pasar semakin ketat. Perusahaan industri maupun jasa dituntut untuk bersaing dengan kreatif dan inovatif agar pemasaran lebih efektif. Didukung dengan perkembangan teknologi, perusahaan-perusahaan harus bisa memanfaatkan teknologi dengan baik dalam strategi bisnis dan penting bagi perusahaan untuk memperhatikan komunikasi pemasarannya (Umam, 2018).

Salah satu strategi bisnis yang dapat dilakukan untuk bersaing adalah meningkatkan aktivitas pemasaran, contohnya adalah menciptakan konten. Dalam menciptakan konten dibutuhkan ide, inovasi dan kreativitas. Perusahaan membutuhkan content creator untuk membuat konten-konten tersebut untuk menyebarkan informasi mengenai produk/ jasa yang ditawarkan. Banyak content creator yang memiliki kendala dalam membuat konten karena semakin banyak content creator yang bersaing. Seorang content creator harus memiliki kreativitas yang tinggi, pengetahuan mengenai media, strategi komunikasi dan distribusi konten karena informasinya bukan sekedar hanya sebuah video hiburan saja, melainkan harus berupa informasi dalam bentuk verbal, tulisan dan visual. Konten yang dibuat juga harus bisa menarik perhatian khalayak sehingga diperlukan ide yang *out of the box* melalui strategi-strategi yang efektif (Cinthya, 2021).

SAVORIA Group merupakan salah satu perusahaan terkemuka di industri makanan dan minuman yang memiliki strategi pemasaran digital yang kuat. Perusahaan ini aktif dalam berbagai platform digital seperti media sosial, e-commerce, dan digital advertising untuk meningkatkan visibilitas merek serta memperluas jangkauan konsumennya. Dengan reputasi yang baik serta penggunaan strategi *digital marketing* yang inovatif, SAVORIA Group menjadi tempat yang ideal untuk belajar dan mengembangkan keterampilan dalam bidang ini.

Pemilihan SAVORIA Group sebagai tempat magang didasarkan pada beberapa pertimbangan. Pertama, perusahaan ini memiliki lingkungan kerja yang profesional dan dinamis, memungkinkan peserta magang untuk mendapatkan pengalaman langsung dalam mengelola kampanye pemasaran digital. Kedua, SAVORIA Group menawarkan kesempatan untuk mempelajari berbagai aspek *digital marketing*, seperti *content marketing*, social media management, SEO, dan paid advertising, yang sangat relevan dengan kebutuhan industri saat ini.

Melalui program magang ini, diharapkan peserta dapat mengembangkan pemahaman praktis tentang pemasaran digital serta menerapkan pengetahuan akademik ke dalam dunia kerja nyata. Selain itu, pengalaman bekerja di SAVORIA Group juga dapat menjadi bekal berharga dalam mempersiapkan diri untuk karier di bidang *digital marketing* di masa depan.

1.3 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Program magang ini bertujuan untuk memberikan pengalaman kerja nyata kepada mahasiswa dalam bidang *digital marketing*, khususnya dalam lingkungan industri makanan dan minuman yang dinamis. Melalui magang di **SAVORIA Group**, mahasiswa dapat memahami secara langsung bagaimana strategi pemasaran digital diterapkan dalam dunia bisnis, serta memperoleh wawasan mengenai tren dan tantangan di industri ini.

Tujuan Kerja Magang

Adapun tujuan dari pelaksanaan magang di SAVORIA Group adalah sebagai berikut:

1. Tujuan utama dari kegiatan magang ini adalah untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai dunia *digital marketing*, yang selama ini hanya dipelajari secara teoritis di bangku kuliah. Dengan bergabung di tim digital marketing Savoria, penulis berharap mendapatkan kesempatan untuk mengamati dan terlibat langsung dalam strategi digital yang diterapkan
2. Magang ini juga bertujuan sebagai sarana untuk menjembatani teori dan praktik. Ilmu yang selama ini diperoleh di kelas, seperti konsep *digital marketing*, perilaku konsumen, *copywriting*, analisis data, serta manajemen kampanye digital, dapat langsung diterapkan dan disesuaikan dengan kebutuhan serta tantangan nyata di lapangan.
3. Selain peningkatan pengetahuan teknis, kegiatan magang ini juga menjadi ajang pengembangan keterampilan secara menyeluruh. Soft skill seperti komunikasi interpersonal, kemampuan bekerja sama dalam tim, manajemen waktu, serta adaptasi terhadap lingkungan kerja profesional

sangat diperlukan selama proses magang. Di sisi lain, hard skill penulis juga berkembang secara signifikan, khususnya dalam penggunaan berbagai tools digital marketing, seperti Google Analytics, aplikasi editing seperti CapCut, Canva, dan juga Adobe.

Dengan mengikuti program magang ini, mahasiswa diharapkan dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang *digital marketing* serta meningkatkan kesiapan dalam menghadapi tantangan di dunia kerja yang sesungguhnya.

1.4 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Program magang di **SAVORIA Group** dilaksanakan selama 4 bulan, dimulai dari 3 Februari hingga 30 May. Kegiatan magang ini berlangsung ***Full Work From Office (WFO)***, di mana mahasiswa magang bekerja selama **8-9 jam per hari**, sesuai dengan jam operasional perusahaan.

Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang di **SAVORIA Group** mengikuti beberapa tahapan dan prosedur sebagai berikut:

A. Pendaftaran dan Seleksi

1. Mahasiswa mengajukan lamaran magang melalui (situs resmi perusahaan/ email HR/ platform magang seperti LinkedIn atau lainnya).
2. Mengikuti proses seleksi yang meliputi pengumpulan CV, tes keterampilan (jika ada), dan wawancara dengan tim HR atau supervisor divisi *digital marketing*.

B. Onboarding dan Orientasi

1. Pada minggu pertama, mahasiswa mengikuti sesi orientasi untuk memahami visi, misi, struktur organisasi, serta aturan dan budaya kerja di SAVORIA Group.

2. Pengenalan terhadap tim *digital marketing* dan pembagian tugas serta tanggung jawab selama magang.

C. Pelaksanaan Kegiatan Magang

1. Mahasiswa magang bekerja secara langsung di bawah bimbingan tim *digital marketing*. Tugas-tugas yang dikerjakan meliputi:
 - a) Membantu dalam pembuatan dan penjadwalan konten media sosial.
 - b) Melakukan riset tren *digital marketing* dan menganalisis performa kampanye digital.
 - c) Mengoptimalkan SEO pada website perusahaan dan konten digital.
 - d) Mendukung pelaksanaan strategi paid advertising di berbagai platform.
 - e) Mengikuti meeting tim untuk membahas strategi pemasaran digital yang sedang berjalan.

D. Evaluasi dan Laporan Magang

1. Secara berkala, mahasiswa magang menerima feedback dari supervisor terkait kinerja dan pencapaian selama magang.
2. Menyusun laporan magang berdasarkan pengalaman dan pembelajaran yang didapat selama periode magang.
3. Presentasi hasil magang kepada tim atau supervisor sebagai bentuk evaluasi akhir sebelum menyelesaikan program magang.

Dengan mengikuti prosedur ini, mahasiswa magang dapat memperoleh pengalaman kerja yang optimal dan memahami bagaimana *digital marketing* diterapkan secara profesional dalam dunia industri.

