

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital yang berlangsung dengan sangat pesat dalam beberapa dekade terakhir telah membawa perubahan fundamental ke berbagai aspek kehidupan manusia. Salah satu bidang yang paling terdampak adalah sektor keuangan dan investasi. Teknologi digital di sini dimaknai sebagai pemanfaatan sistem berbasis komputer, perangkat lunak, jaringan komunikasi, dan perangkat keras digital lain yang bertujuan mendukung aktivitas manusia secara lebih efisien dan efektif. Akibatnya, pekerjaan-pekerjaan yang dahulu sangat bergantung pada tenaga manusia secara manual — seperti pencatatan, verifikasi, pengolahan data — kini dapat diotomatisasi melalui sistem digital Danuri (2019)

Keunggulan utama teknologi digital terletak pada kemampuannya untuk menjalankan proses-proses secara otomatis, modern, dan terkomputerisasi. Jika dibandingkan metode tradisional (yang biasanya memerlukan waktu lebih lama, rawan kesalahan manusia, dan sulit diskalakan), sistem digital lebih efisien dari sisi waktu, biaya, dan akurasi. Caranya adalah dengan mengubah data atau informasi yang ada ke dalam format digital (misalnya angka-angka atau bit), kemudian memprosesnya secara cepat menggunakan algoritma dan perangkat komputasi, dan akhirnya menghasilkan informasi atau output yang dapat digunakan oleh manusia ataupun sistem lain. Singkatnya, teknologi digital bekerja dengan mengolah data numerik dalam skala besar dengan cepat dan akurat sehingga mendukung pengambilan keputusan yang lebih tepat.

Dalam konteks industri keuangan, teknologi digital telah membuka berbagai inovasi seperti pembayaran digital (*e-payments*), dompet elektronik (*e-wallets*), sistem transaksi otomatis, algoritma trading, serta analisis data besar dan kecerdasan buatan (*artificial intelligence*) untuk manajemen risiko

dan prediksi pasar. Misalnya, penelitian “*The Influence of Digital Technology on Financial Management*” menunjukkan bahwa transformasi digital telah memperluas penggunaan pembayaran digital, AI, dan analisis big data dalam pengelolaan keuangan sehari-hari dan dalam pengambilan keputusan strategis.

Karena itulah, perusahaan pialang atau broker trading seperti PT Victory International Futures semakin menyadari pentingnya kehadiran dalam dunia digital guna menjangkau investor potensial yang kini semakin bergantung pada perangkat dan jaringan digital. Sebagai manifestasi dari transformasi tersebut, muncul Viction.id, sebuah platform digital yang berada di bawah naungan PT Victory International Futures.

Perusahaan pialang dan broker trading, termasuk PT Victory International Futures, kini semakin memahami pentingnya keberadaan di dunia digital untuk menjangkau calon investor. Salah satu langkah nyata transformasi digital perusahaan tradisional dapat dilihat melalui hadirnya Viction.id, sebuah platform digital di bawah naungan PT Victory International Futures. Pemilihan Viction.id sebagai tempat magang dilatarbelakangi oleh beberapa alasan yang saling berkaitan. Pertama, penulis memiliki minat yang kuat terhadap industri keuangan dan investasi, terutama dalam bidang pemasaran digital. Digital marketing sendiri merupakan pemanfaatan teknologi digital untuk membangun hubungan, berinteraksi, serta berkomunikasi dengan konsumen guna memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka Philip Kotler (2024). Dalam praktiknya, digital marketing berperan besar dalam meningkatkan brand awareness melalui eksposur dan pengenalan merek lewat berbagai kanal digital, seperti media sosial, mesin pencari, iklan online, serta strategi konten yang relevan dan interaktif.

Brand awareness adalah kemampuan konsumen untuk mengingat serta mengenali suatu produk ketika mempertimbangkan pilihan di antara produk sejenis, sehingga mendorong kepercayaan lebih besar terhadap merek tersebut Mustakim.Nur (2024). Viction.id memberi kesempatan bagi penulis untuk mempelajari secara langsung penerapan strategi digital marketing dalam

industri yang sangat kompetitif. Selain itu, sebagai platform yang masih tergolong baru namun memiliki prospek besar, Viction.id membuka peluang bagi penulis untuk berkontribusi dalam membangun brand awareness sejak tahap awal—sebuah pengalaman berharga untuk memahami dinamika pemasaran digital secara lebih mendalam.

Sebagai bagian dari PT Victory International Futures yang telah dikenal memiliki reputasi baik di sektor pialang dan broker trading, Viction.id menyediakan lingkungan kerja yang profesional dengan standar industri yang tinggi. Hal ini memberi kesempatan bagi penulis untuk belajar langsung dari para praktisi berpengalaman di bidangnya. Tantangan yang dihadapi Viction.id dalam membangun Brand Awareness di tengah persaingan sengit dengan platform trading lain menciptakan konteks yang tepat bagi penulis untuk mengasah dan mengembangkan keterampilan dalam pengelolaan media sosial serta digital marketing. Kondisi tersebut juga memungkinkan penulis untuk menerapkan pengetahuan teori yang diperoleh selama perkuliahan ke dalam praktik nyata di dunia kerja.

Viction.id menargetkan segmen pasar kaum muda, khususnya generasi milenial dan Gen Z, yang sejalan dengan ketertarikan dan pemahaman penulis mengenai karakteristik serta perilaku kelompok demografis ini di media sosial. Segmentasi pasar merupakan proses pembagian kelompok untuk menentukan target calon pembeli suatu produk Yunisda (2022). Dengan adanya segmentasi tersebut, peluang untuk memberikan kontribusi signifikan terhadap strategi pemasaran digital perusahaan menjadi lebih terbuka. Segmentasi sangat disarankan saat memperkenalkan produk kepada kelompok tertentu.

Melalui pengalaman magang di Viction.id, penulis berharap dapat memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai penerapan digital marketing dalam industri keuangan, khususnya terkait pengelolaan media sosial untuk meningkatkan kesadaran merek (*Brand Awareness*) perusahaan. Pengalaman ini diharapkan menjadi landasan yang kuat bagi pengembangan karir penulis di bidang digital marketing maupun area pemasaran lainnya di masa mendatang. Oleh karena itu, melalui laporan magang ini penulis akan

menguraikan secara sistematis pengalaman, strategi, serta hasil dari kegiatan pengelolaan sosial media untuk meningkatkan *web traffic* sebagai salah satu upaya dalam mendukung tujuan perusahaan untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan potensi *client*.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Pelaksanaan kegiatan kerja magang di [Viction.id](https://viction.id) dilaksanakan sebagai salah satu bentuk pemenuhan persyaratan akademik dalam program studi yang sedang penulis tempuh. Kegiatan ini tidak hanya dimaksudkan untuk memenuhi tuntutan kurikulum, tetapi juga berfungsi sebagai wahana pembelajaran praktis yang memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk mengintegrasikan pengetahuan teoritis yang diperoleh selama proses perkuliahan dengan realitas dunia kerja yang dinamis. Melalui kegiatan ini, mahasiswa diharapkan mampu mengembangkan kompetensi profesional yang relevan dengan bidang kemilaunya serta memahami secara lebih mendalam penerapan teori dalam konteks situasi kerja nyata.

Dalam konteks tersebut, kegiatan magang di [Viction.id](https://viction.id) memberikan kesempatan bagi penulis untuk mengimplementasikan konsep-konsep yang berkaitan dengan digital marketing, komunikasi pemasaran, serta manajemen media sosial secara langsung di lingkungan industri. Penulis tidak hanya terlibat dalam kegiatan teknis seperti penyusunan konten digital dan pengelolaan akun media sosial perusahaan, tetapi juga berantispasi dalam proses perencanaan dan evaluasi strategi pemasaran digital yang bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* serta memperkuat citra perusahaan di kalangan audiens target. Melalui pengalaman tersebut, penulis memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai bagaimana strategi pemasaran digital dirancang, diimplementasikan, dan diukur efektivitasnya dalam mendukung tujuan bisnis perusahaan.

Lebih lanjut, kegiatan magang ini juga memberikan pengalaman empiris bagi penulis dalam memahami dinamika industri keuangan dan investasi yang saat ini berkembang pesat seiring dengan kemajuan teknologi digital. Dengan terlibat langsung dalam aktivitas kerja perusahaan, penulis mampu mengamati

sekaligus mempelajari bagaimana inovasi digital diterapkan dalam proses komunikasi pemasaran di sektor keuangan. Pengalaman ini tidak hanya memperluas wawasan penulis terhadap praktik profesional di dunia industri, tetapi juga menumbuhkan keterampilan analitis, kreatifitas, dan etos kerja yang menjadi bekal penting dalam menghadapi tantangan karir di masa mendatang.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang di viction.id berlangsung selama 3 bulan 10 hari (640 jam kerja). Waktu pelaksanaan ini juga yang pastinya berdasarkan persyaratan mengikuti program magang yang berada di kampus universitas multimedia nusantara, yang dimana minimal jam kerjanya adalah 640 jam kerja. Pelaksanaan magang ini dimulai pada 2 juli 2025 sampai hingga 10 oktober 2025. Aktivitas kerja tersebut dilakukan dari hari senin sampai hari jumat, dengan jam kerja 8 jam sehari dan ada beberapa kegiatan atau aktivitas tambahan diluar jam kerja yang diharuskan lembur. Contohnya seperti adanya tugas tambahan untuk membuat acara internal kantor, meeting dengan team HR untuk membahas cv ketika ada keperluan dengan tim sosial media dan juga terkadang revisi pekerjaan yang di buat di hari itu.

Prosedur pelaksanaan kerja magang di viction.id berlangsung melalui dalam beberapa tahap. Di mulai dari pengajuan permohonan hingga penyelesaian program magang. Pada tahap awal, penulis melakukan mencari informasi peluang magang ke beberapa relasi dan aplikasi lowongan pekerjaan dalam bidang marketing yang sesuai dengan peminatan penulis di kampus universitas multimedia nusantara. Setelah memperoleh beberapa informasi, penulis mencoba *apply* di perusahaan viction.id yang berlokasi di DKI jakarta selatan, divisi sosial media. Di tanggal 24 juni 2025 Dengan membawa cv ke perusahaan tersebut yang berlokasi Sona Topas Tower DKI jakarta Selatan. Penulis di hari itu langsung di interview dengan team HR.

Selanjutnya pada tahap seleksi penerimaan untuk tanda tangan kontrak dengan perusahaan di tanggal 26 juni 2025. Dimana penulis diberikan kesempatan untuk menandatangani surat kontrak lamaran kerja magang pada

PT. Victory Internasional future dan di berikan penjelasan tentang jobdesk, ruang lingkup pekerjaan, jadwal dan ekspektasi dari kedua belah pihak.

Setelah itu, pada tahap orientasi dan pengenalan , penulis mengikuti program orientasi pada minggu awal (2- 4 juni 2025) yang dimana untuk penulis bisa memahami profil perusahaan, struktur tim, dan produk produk yang ditawarkan pada viction.id. Penulis diperkenalkan pada tim *Recruitment officer (RO/HR)*, kepada team marketing, dan para manager.

Pada tahap pelaksanaan magang, penulis ditempatkan di Divisi Sosial Media (*Digital Marketing*) dengan fokus pada pengelolaan media sosial, di bawah bimbingan langsung Supervisi Media Sosial Viction.id. Aktivitas harian penulis mencakup pembuatan konten, interaksi dengan audiens, dan pelaporan. Penulis juga diberikan kesempatan untuk terlibat dalam proyek khusus, seperti training edukasi investasi dan acara-acara internal yang berada di dalam perusahaan.

Dan pada tahap penyelesaian magang, penulis menyusun laporan magang tentang aktivitas yang telah dilakukan selama masa magang dan hasil yang di capai selama masa magang padaminggu terakhir. Pada tanggal 10 oktober 2025, penulis menyelesaikan semua tanggung jawab dan tugas yang diberikan oleh PT. viction.id.