

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perusahaan menjadi sebuah tempat untuk mahasiswa belajar dan mendapatkan ilmu dengan cara menemukan dan mengalami pengalaman baru dengan bekerja di dunia kerja yang profesional. Di era digital sekarang, Sosial media merupakan sebuah platform digital yang digunakan oleh pengguna untuk menciptakan, membagikan dan juga mengonsumsi konten dari para pengguna lainnya, serta dapat digunakan untuk berkolaborasi, berkomunikasi dan juga saling menukar informasi secara *real time* (Dwivedi et al., 2021).

Dengan adanya sosial media di era digital sekarang, banyak pengguna yang menggunakan sosial media sebagai salah satu bentuk komunikasi antar pengguna dan konsumen untuk menawarkan atau mempromosikan sebuah bisnis. *Brand* yang menggunakan sosial media sebagai alat komunikasi kepada audiens merupakan hal yang umum untuk dilakukan di era digital sekarang.

*Content creator* adalah seseorang yang memproduksi media secara independen yang menggunakan semua platform digital untuk menciptakan, membagikan dan menghasilkan konten untuk para audiens yang tertentu (Cunningham & Craig, 2019). Peran *Content creator* di dalam sebuah perusahaan merupakan peran yang penting untuk menghasilkan konten secara terus-menerus untuk menunjukkan kepada audiens hal penting mengenai perusahaan atau bisnis tersebut.

*Content creator* ditugaskan untuk membuat konten yang berhubungan dengan perusahaan atau bisnis tertentu. Selain dari itu, *Content creator* juga bertugas untuk memikirkan konsep konten tersebut, melakukan *editing* kepada konten tersebut, dan mencari referensi konsep konten yang cocok dengan perusahaan yang membutuhkan konten tersebut. *Content creator* melakukan

beberapa proses agar konten tersebut merupakan hasil jadi yaitu mencari referensi konsep, membuat konten tersebut, dan melakukan *editing* kepada konten tersebut.

Penulis memilih perusahaan BeautyBell sebagai tempat untuk penulis belajar tentang *content creation* dan juga tentang *digital marketing*. Dalam pembuatan konten, *digital marketing* merupakan sesuatu yang penting untuk diperhatikan untuk mengetahui target audiens yang diinginkan dan apa hasil yang kemungkinan akan dicapai saat konten tersebut diunggah ke sosial media. Menurut Kotler et al. (2017), *digital marketing* merupakan sebuah pemasaran yang bertujuan untuk mendapatkan interaksi secara *offline* ataupun *online* untuk menciptakan sebuah hubungan dan keterlibatan pelanggan.

## **1.2 Maksud dan Tujuan Magang**

Maksud dan Tujuan penulis untuk melakukan magang ini adalah untuk memahami *digital marketing* yang mempengaruhi perusahaan, mengembangkan *soft skill* dan *hard skill*, mempelajari cara untuk membuat konten-konten yang unik dan kreatif untuk perusahaan dan untuk memenuhi syarat kelulusan dari *Internship Track 2* dari Universitas Multimedia Nusantara.

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

Pelaksanaan kerja magang yang dilakukan merupakan sesuai ketentuan dan aturan dari Universitas Multimedia Nusantara selama 4 bulan kerja magang. Aktivitas pelaksanaan kerja magang dimulai pada tanggal 27 Januari 2026. Kerja magang dilaksanakan secara *online* atau *work from home* selama 40 hingga 45 jam kerja per minggunya.

Dalam pelaksanaan kerja magang ini, mahasiswa juga harus mengerjakan laporan yang dibutuhkan sebagai salah satu syarat untuk kelulusan sidang magang. Selama proses kerja magang, mahasiswa juga akan mendapatkan bimbingan dari dosen pembimbing tertentu pada jadwalnya masing-masing.

## A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

### 1. Mengisi KRS *Internship Track 2* di website [myumn.ac.id](http://myumn.ac.id)

Sebelum mengisi KRS *Internship Track 2*, Mahasiswa harus memastikan telah melewati *Internship Track 1* dan tidak memiliki nilai D & E.

### 2. Mengajukan calon-calon perusahaan melalui website [prostep.umn.ac.id](http://prostep.umn.ac.id)

Sebelum melakukan lamaran kepada tempat kerja magang, mahasiswa harus melakukan *registration* di website [prostep.umn.ac.id](http://prostep.umn.ac.id) mengenai calon perusahaan tersebut. Lalu, PIC dan HoD akan memberikan *approval* kepada mahasiswa dan bisa lanjut kepada langkah berikutnya.

### 3. Melamar kepada calon perusahaan

Setelah mendapatkan persetujuan dari pihak UMN, mahasiswa diperbolehkan untuk melamar ke calon-calon perusahaan dengan cara mengirim *application letter* kepada calon perusahaan

### 4. Pada bulan Januari, melakukan *interview* dari perusahaan BeautyBell

Pada tanggal 15 Januari 2026, penulis melakukan *interview* dengan Furkan Balkaya melalui aplikasi *Google Meet*.

### 5. Pada tanggal 27 Januari 2026, mulai melaksanakan kerja magang di perusahaan BeautyBell

Pada tanggal 27 Januari 2026, penulis mulai melaksanakan praktik kerja magang di perusahaan BeautyBell sebagai *Content Creator Intern*.