

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital dalam beberapa dekade terakhir telah membawa perubahan yang cukup signifikan dalam berbagai sektor industry , salah satunya yaitu sektor keuangan. Transformasi digital mendorong munculnya beragam inovasi layanan keuangan berbasis teknologi yang dikenal sebagai financial technology (Fintech). Fintech merupakan bentuk inovasi dalam layanan keuangan yang memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan efisiensi sistem keuangan serta memperluas akses untuk para masyarakat terhadap layanan keuangan (Bank Indonesia, 2022). Kehadiran fintech memungkinkan Masyarakat untuk mengakses beragam layanan keuangan seperti pembayaran digital , investasi, hingga pinjaman secara lebih cepat dan lebih praktis melalui platform digital.

Di Indonesia, perkembangan fintech didukung oleh meningkatnya penetrasi internet serta penggunaan perangkat digital oleh masyarakat. Berdasarkan laporan Digital 2024 Indonesia, jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai lebih dari 212 juta orang atau sekitar 77% dari total populasi, sementara jumlah pengguna aktif media sosial mencapai lebih dari 170 juta pengguna (DataReportal, 2024). Tingginya tingkat penggunaan internet dan media sosial tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia kini semakin terhubung secara digital. Kondisi ini dapat menjadi peluang bagi perusahaan agar dapat memanfaatkan teknologi digital sebagai sarana komunikasi, pemasaran, serta penyampaian informasi kepada masyarakat secara lebih luas dan juga lebih efektif.



Gambar 1. 1 Jumlah pengguna internet Indonesia tahun 2025

Sumber : We Are Social

Salah satu sektor fintech yang mengalami perkembangan pesat di Indonesia adalah layanan pinjaman daring atau peer-to-peer lending. Layanan ini memungkinkan masyarakat untuk mendapatkan akses pembiayaan secara lebih cepat dan mudah melalui platform digital. Menurut Otoritas Jasa Keuangan, fintech lending memiliki peran yang penting dalam meningkatkan inklusi keuangan nasional dengan cara menyediakan alternatif pembiayaan bagi masyarakat yang belum terjangkau oleh layanan perbankan konvensional (OJK, 2023). Dengan hadirnya layanan ini, masyarakat yang sebelumnya mengalami keterbatasan akses terhadap lembaga keuangan formal dapat memperoleh sumber pembiayaan yang lebih fleksibel.

Salah satu perusahaan yang bergerak dalam industri fintech lending di Indonesia adalah PT Fintopia Indonesia Technology melalui produk aplikasinya yaitu Easycash. Perusahaan ini menyediakan layanan pinjaman daring berbasis teknologi yang dirancang untuk memberikan kemudahan akses pembiayaan kepada masyarakat. Sebagai perusahaan yang bergerak dalam industri fintech, PT Fintopia Indonesia Technology tidak hanya berfokus pada penyediaan layanan keuangan digital, tetapi juga berperan dalam meningkatkan pemahaman masyarakat tentang

penggunaan layanan keuangan secara bijak melalui berbagai bentuk komunikasi dan edukasi.

Seiring dengan berkembangnya teknologi digital, strategi pemasaran perusahaan juga mengalami perubahan yang signifikan. Perusahaan kini semakin banyak dalam menggunakan media digital sebagai sarana komunikasi pemasaran. Salah satu media digital yang memiliki pengaruh yang cukup besar dalam aktivitas pemasaran adalah media social. Kaplan dan Haenlein (2010) mendefinisikan media sosial sebagai sekelompok aplikasi berbasis internet yang memungkinkan terciptanya serta pertukaran konten yang dihasilkan oleh pengguna (*user-generated content*). Media sosial juga memungkinkan perusahaan untuk berinteraksi secara langsung dengan konsumen serta membuat hubungan yang lebih dekat dengan audiens.

Dalam konteks pemasaran digital, penggunaan media sosial juga dikenal sebagai *social media marketing*. Menurut Tuten dan Solomon (2017), *social media marketing* merupakan pemanfaatan platform media sosial untuk menciptakan komunikasi yang interaktif antara perusahaan dan konsumen dengan tujuan membangun hubungan, meningkatkan kesadaran merek, serta mempengaruhi perilaku konsumen. Dengan memanfaatkan media sosial secara strategis, perusahaan dapat menjangkau audiens yang lebih luas sekaligus meningkatkan efektivitas kegiatan pemasaran.

Salah satu tujuan utama dari penggunaan media sosial dalam pemasaran adalah meningkatkan *brand awareness*. *Brand awareness* merupakan kemampuan konsumen untuk mengenali atau mengingat suatu merek sebagai bagian dari kategori produk tertentu (Kotler & Keller, 2016). Tingginya tingkat *brand awareness* dapat meningkatkan kemungkinan konsumen dalam mempertimbangkan dan memilih produk atau layanan yang ditawarkan oleh suatu perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengelola media sosial secara strategis untuk dapat meningkatkan kesadaran merek di kalangan masyarakat.

Selain sebagai sarana promosi dan juga *branding*, media sosial juga dapat digunakan untuk media edukasi kepada masyarakat. Dalam industri fintech, edukasi mengenai literasi keuangan menjadi salah satu hal yang sangat penting untuk disampaikan kepada masyarakat. Literasi keuangan merupakan pengetahuan, keterampilan, serta keyakinan yang mempengaruhi sikap dan perilaku seseorang dalam mengambil keputusan terkait pengelolaan keuangan (Otoritas Jasa Keuangan, 2022). Tingkat literasi keuangan yang baik dapat membantu masyarakat memahami berbagai produk keuangan, mengelola keuangan secara bijak, serta menghindari risiko dalam pengambilan keputusan finansial.

Namun demikian, tingkat literasi keuangan oleh masyarakat Indonesia masih harus terus ditingkatkan secara rutin. Berdasarkan Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan yang dilakukan oleh Otoritas Jasa Keuangan, tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia pada tahun 2022 berada pada angka sekitar 49,68% (OJK, 2022). Hal ini memperlihatkan bahwa masih terdapat beberapa bagian masyarakat yang belum sepenuhnya memahami produk dan layanan keuangan yang tersedia. Oleh sebab itu, perusahaan fintech memiliki peran yang cukup penting dalam membantu menaikkan tingkat literasi keuangan masyarakat melalui beragam media komunikasi, dimana salah satu contohnya adalah melalui media sosial.

Pengelolaan media sosial yang efektif memungkinkan perusahaan dalam menyampaikan informasi secara lebih menarik dan juga lebih mudah dipahami oleh masyarakat. Melewati konten yang bersifat informatif, edukatif, dan juga kreatif perusahaan dapat membantu meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai layanan keuangan digital, dan juga memperkuat brand awareness perusahaan di tengah persaingan industri yang di zaman ini semakin kompetitif.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis memilih untuk melaksanakan praktik kerja magang di PT Fintopia Indonesia Technology pada divisi Social Media. Melalui posisi ini, penulis mendapatkan kesempatan untuk mempelajari secara langsung tentang bagaimana strategi pengelolaan media sosial digunakan dalam industri fintech, dimulai dari proses perencanaan ide konten, pembuatan

materi kreatif yang bersifat edukatif dan mudah dipahami, publikasi dan penjadwalan konten , hingga analisis performa konten yang dapat dievaluasikan.

Melalui aktivitas praktik kerja magang ini, penulis diharapkan agar dapat memperoleh pengalaman praktis mengenai penerapan strategi *social media management* dalam mendukung kegiatan digital marketing perusahaan , khususnya dalam meningkatkan *brand awareness* dan juga penyampaian edukasi literasi keuangan terhadap masyarakat. Selain dari itu, kegiatan magang ini juga menjadi sarana bagi penulis untuk mengaplikasikan ilmu yang didapatkan selama perkuliahan ke dalam dunia kerja yang nyata serta meningkatkan kompetensi profesional di bidang *social media management* dan *digital marketing*

1.2.Maksud dan Tujuan Kerja Magang

1.2.1 Maksud Kerja Magang

Maksud penulis dalam melaksanakan aktivitas praktek kerja magang ini bertujuan untuk memenuhi kewajiban akademis sebagai pemenuhan mata kuliah Professional Business Ethics, Industrial Experience, Industry Model Validation, dan Evaluation and Reporting yang memiliki nilai sebesar 20 sks. Pemenuhan tersebut merupakan bentuk kewajiban akademis sebagai persyaratan kelulusan (S1) dari program studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara. Praktek Kerja Magang ini juga ditujukan untuk memberikan pengalaman kepada mahasiswa untuk dapat memiliki pengalaman tentang pekerjaan dengan bidang yang sesuai dengan hal yang dipelajari pada saat kuliah. Dengan adanya pelaksanaan praktek kerja magang diharapkan mahasiswa dapat menerapkan ilmu dan pengetahuan serta teori yang telah dipelajari semasa kuliah.

1.2.2 Tujuan Kerja Magang

Adapun Tujuan dari pelaksanaan Praktik Kerja Magang pada PT. Fintopia Indonesia Technology sebagai berikut:

1. Salah satu persyaratan untuk memenuhi Professional Skill Enhancement Program (PRO-STEP) sebagai syarat untuk kelulusan Sarjana (S1) dari Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
2. Menerapkan Ilmu Pengetahuan yang telah di dapat selama proses pembelajaran perkuliahan pada program studi manajemen seperti *digital marketing* , *Social media marketing* , *Marketing Communication* yang diaplikasikan ke dalam praktek dunia kerja.
3. Menambah wawasan mengenai aktivitas praktek kerja secara langsung dalam melakukan aktivitas *digital marketing* secara langsung di PT. Fintopia Indonesia Technology.
4. Meningkatkan skill komunikasi dan pemecahan masalah dalam penyampaian pendapat, saran, dan menambah wawasan mengenai aktivitas praktek kerja secara langsung dalam melakukan aktivitas digital marketing secara langsung di PT. Fintopia Indonesia Technology

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Kerja Magang

Penulis melaksanakan aktivitas Praktek Kerja Magang Dilaksanakan sesuai dengan prosedur dan standar program PROSTEP yaitu selama 4 bulan atau 640 jam kerja. Dibawah ini merupakan data pelaksanaan praktik kerja magang yang dilakukan oleh penulis.

Nama Perusahaan : PT. Fintopia Indonesia Technology

Bidang Usaha : Financial Technology (Fintech) – P2P Lending

Waktu Pelaksanaan : 7 Januari 2026 hingga 4 Mei 2026

Hari kerja : Senin - Jumat

Waktu Kerja : 09:00 - 18:00 WIB

Posisi Magang : *Social Media Intern*

Alamat Perusahaan : Menara Dea Tower 2, Lantai 18-20, Jl. Mega Kuningan Barat Kav. E4 No. 1-2, Kawasan Mega Kuningan, Kuningan Timur, Setiabudi, Jakarta Selatan, DKI Jakarta 12950.

1.3.2 Prosedur Kerja Magang

Prosedur pelaksanaan praktek kerja magang yang dilaksanakan oleh penulis sesuai dengan ketentuan yang telah tertera pada buku Panduan PROSTEP Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara. Penulis Menjalankan 3 tahanan prosedur pelaksanaan praktik kerja magang sebagai berikut:

1. Awal

- a. Penulis menyiapkan CV dan Surat Pengantar magang Untuk Diajukan Kepada Bapak Andi Stevanus Selaku *Head of Creative Social Media* dari perusahaan PT. Fintopia Indonesia Technology secara Daring Pada Tanggal 7 December 2025.
- b. Melakukan Interview Dengan Bapak Andi Stevanus selaku *Head of Creative Social Media* secara daring melalui Zoom pada tanggal 12 December 2025.
- c. Mengirim surat pengantar magang (Surat KM-02) kepada Bapak Andi Stevanus sebagai surat dari pihak kampus yang

mengantarkan penulis memulai magang pada perusahaan terkait.

- d. Melakukan registrasi pada website merdeka.umn.ac.id dengan mengisi informasi terkait Perusahaan tempat Praktek Kerja Magang, posisi, dan *job description* dari divisi yang dipilih.

2. Pelaksanaan

- a. Penulis mengirim surat pernyataan penerimaan magang dari PT. Fintopia Indonesi Technology kepada pihak Universitas khususnya Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara dengan memasukan form penerimaan pada Google Drive yang telah disediakan.
- b. Penulis mendapatkan pengarahan oleh supervisor HRD berupa pengenalan pegawai, lingkungan kantor dan peraturan yang berlaku selama penulis melakukan aktivitas Praktek Kerja Magang.
- c. Penulis menjalankan praktek kerja magang dimulai dengan absensi dan melakukan tugas sesuai dengan jobdesk yang diberikan oleh supervisor.
- d. Penulis mengisi aktivitas yang dilakukan selama magang pada website Merdeka.umn.ac.id pada bagian daily task.
- e. Penulis mendapatkan bimbingan dari dosen pembimbing yang telah ditentukan oleh universitas sebagai pengarah dalam melakukan aktivitas penulisan laporan.

3. Akhir

- a. Penulis menyusun laporan praktek kerja magang sebagai bentuk syarat pemenuhan mata kuliah *internship*.
- b. Penulis melakukan revisi sesuai dengan masukan yang diberikan oleh dosen pembimbing.
- c. Tahap pengesahan laporan kerja magang yang dilakukan oleh dosen pembimbing magang.
- d. Penulis melakukan pendaftaran sidang magang setelah memenuhi 640 jam kerja.
- e. Melakukan sidang kerja magang.

1.4 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan kerja magang yang berjudul **“PERAN DIVISI *SOCIAL MEDIA INTERN* PADA PERUSAHAAN PT FINTOPIA INDONESIA TECHNOLOGY (EASYCASH)”**

BAB I PENDAHULUAN

Bab I Menjelaskan informasi mengenai latar belakang laporan ini ditulis. Dimulai dari latar belakang mengapa penulis memilih industri tersebut, dasar permasalahan di dalam industri, tujuan dan maksud dari praktik kerja magang, waktu dan prosedur pelaksanaan aktivitas kerja magang dan sistematika dari penulisan laporan kerja magang yang dilakukan oleh penulis pada PT. Fintopia Indonesia Technology.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini berisi informasi yang berhubungan dengan perusahaan dimulai dengan sejarah singkat dari perusahaan, profil perusahaan, visi

dan misi dari perusahaan serta struktur organisasi dari perusahaan ketika menjalankan perusahaannya.

BAB III PELAKSANAAN PRAKTIK KERJA MAGANG

Pada Bab ini menjelaskan tentang aktivitas praktik kerja magang yang dilakukan oleh penulis. Dimulai dengan penjelasan dari posisi dan jabatan dari penulis di dalam organisasi perusahaan, dilanjutkan dengan aktivitas pelaksanaan dalam praktek kerja magang. Lalu memuat kendala dan solusi yang penulis dapatkan selama melaksanakan praktek kerja magang pada perusahaan PT. Fintopia Indonesia Technology.

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

Pada Bab ini membahas tentang kesimpulan yang didapatkan oleh penulis selama menjalani aktivitas kerja magang. Permasalahan dan kendala akan disesuaikan dengan teori yang didapatkan selama aktivitas kerja magang dari PT. Fintopia Indonesia Technology. Bab ini juga memuat saran yang dari penulis yang ditujukan kepada perusahaan PT. Fintopia Indonesia Technology terhadap kendala yang dihadapi selama menjalankan aktivitas magang di dalamnya.

