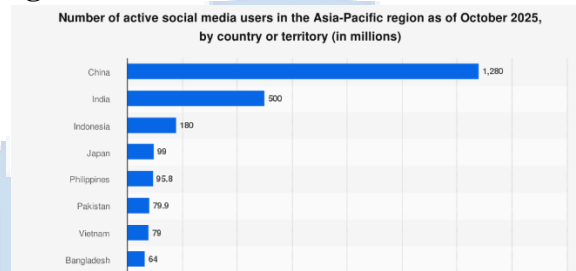


BAB I

PENDAHULUAN

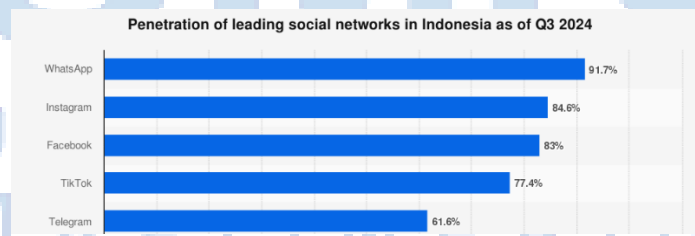
1.1 Latar Belakang



Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Kawasan Asia Pasifik (APAC) per Oktober 2025

Sumber: Thuy (2025c)

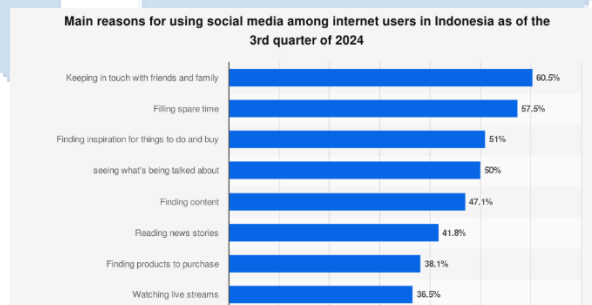
Menurut Thuy (2025c), Indonesia menempati urutan ketiga sebagai negara dengan jumlah pengguna media sosial terbanyak di kawasan *Asia Pasific* (APAC). Terdapat 180 juta pengguna aktif media sosial di Indonesia per Oktober 2025. Media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia adalah WhatsApp dengan persentase pengguna sebesar 91,7% diikuti oleh Instagram dengan persentase pengguna 84,6% (Thuy, 2025d). Banyaknya pengguna media sosial di Indonesia menunjukkan bahwa media digital telah menjadi bagian penting dalam aktivitas sehari-hari masyarakat Indonesia. Kondisi ini mendorong perusahaan untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran, komunikasi, dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan.



Gambar 1.2 Tingkat Penggunaan Media Sosial Terpopuler di Indonesia pada Q3 Tahun 2024

Sumber: Thuy (2025d)

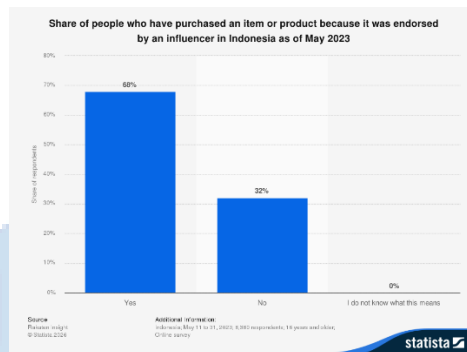
Tingginya penggunaan media sosial tidak hanya didorong oleh kebutuhan komunikasi, tetapi juga untuk mencari informasi, inspirasi, serta produk yang ingin dibeli. Lebih dari separuh pengguna media sosial, yaitu 51% menggunakan platform tersebut untuk mencari inspirasi mengenai aktivitas maupun produk yang ingin dibeli. Selain itu, 38,1% dari responden menggunakan media sosial untuk menemukan produk yang dibutuhkan. Tingginya penggunaan media sosial untuk mencari inspirasi dan menemukan produk yang dibutuhkan menunjukkan bahwa masyarakat tidak lagi menggunakan media sosial hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai sumber informasi dalam proses pengambilan keputusan pembelian (Thuy, 2025b). Oleh karena itu, perusahaan perlu menyesuaikan strategi komunikasinya dengan memanfaatkan platform digital agar dapat menjangkau target pasar secara lebih luas.



Gambar 1.3 Alasan Utama Penggunaan Media Sosial oleh Pengguna Internet di Indonesia pada Q3 Tahun 2024

Sumber: Thuy (2025b)

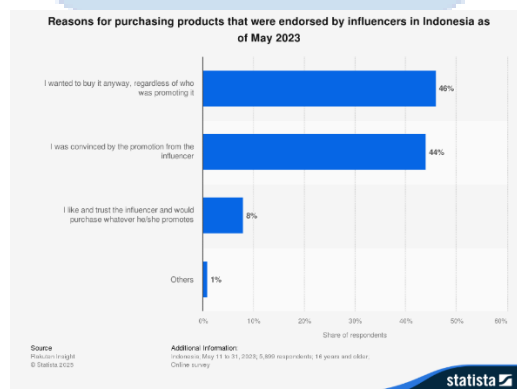
Salah satu strategi yang banyak digunakan perusahaan untuk mempromosikan produk melalui media sosial adalah memanfaatkan influencer sebagai media promosi. Hasil penelitian menemukan bahwa 68% dari pengguna media sosial di Indonesia pernah membeli suatu produk yang dipromosikan oleh influencer (Thuy, 2025a).



Gambar 1.4 Persentase Pembelian Produk yang Dipromosikan oleh Influencer di Indonesia Pada Tahun 2023

Sumber: Thuy (2025a)

Selain itu, sebanyak 44% responden mengaku terdorong untuk membeli produk setelah melihat promosi yang dilakukan oleh influencer. Sementara itu, 8% responden menyatakan bahwa kepercayaan yang dibangun oleh influencer menjadi alasan utama dalam melakukan pembelian (Thuy, 2025e).



Gambar 1.5 Alasan Konsumen Membeli Produk yang Dipromosikan oleh Influencer di Indonesia Tahun 2023

Sumber: Thuy (2025e)

Perkembangan teknologi digital tidak hanya mengubah cara perusahaan memasarkan produk, tetapi juga memengaruhi cara perusahaan mengelola aktivitas operasional dan proses bisnisnya. Kondisi tersebut mendorong banyak perusahaan untuk melakukan transformasi digital. Salah satu teknologi yang banyak digunakan

dalam mendukung transformasi digital perusahaan adalah *Enterprise Resource Planning* (ERP). ERP merupakan sistem perangkat lunak yang membantu perusahaan dalam mengelola berbagai proses bisnis agar saling terintegrasi dalam satu platform sehingga operasional perusahaan dapat berjalan lebih efektif dan efisien (Statista, 2025). Seiring meningkatnya kebutuhan perusahaan terhadap sistem yang terintegrasi, nilai pasar ERP terus mengalami pertumbuhan dari tahun ke tahun. Data Statista (2025) menunjukkan bahwa pendapatan pasar ERP mencapai 105,53 juta USD pada tahun 2026 dan diproyeksikan akan terus meningkat hingga mencapai 133,81 juta USD pada tahun 2030. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kebutuhan terhadap solusi ERP semakin meningkat sebagai bagian dari upaya perusahaan dalam melakukan transformasi digital.



Gambar 1.6 Perkembangan dan Proyeksi Pendapatan Pasar Enterprise Resource Planning (ERP) Global Tahun 2016 - 2030

Sumber: Statista (2025)

Meningkatnya penggunaan *Enterprise Resource Planning* (ERP) tidak terlepas dari berbagai manfaat yang ditawarkan sistem tersebut bagi perusahaan. ERP mampu membantu perusahaan meningkatkan efisiensi operasional melalui integrasi berbagai proses bisnis dalam satu sistem yang terpusat. Selain itu, penerapan ERP juga dapat meningkatkan produktivitas melalui otomatisasi berbagai aktivitas operasional yang sebelumnya dilakukan secara manual. Ketersediaan data secara *real time* memungkinkan perusahaan memperoleh

informasi yang lebih cepat dan akurat sehingga dapat mendukung proses pengambilan keputusan secara lebih efektif (Statista, 2025).

Seiring dengan meningkatnya kebutuhan perusahaan terhadap solusi transformasi digital dan sistem ERP, berbagai perusahaan teknologi hadir untuk mendukung proses digitalisasi bisnis. Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang tersebut adalah PT Penta Sinergi Grup. PT Penta Sinergi Grup merupakan perusahaan konsultan yang berfokus pada transformasi digital serta pengembangan teknologi bagi berbagai organisasi dan pelaku usaha. Melalui layanan yang disediakan, perusahaan membantu klien dalam menerapkan solusi berbasis teknologi untuk meningkatkan efektivitas operasional, efisiensi proses bisnis, serta inovasi dalam kegiatan usaha (Penta Sinergi Grup, 2018).

Dalam menjalankan usahanya, PT Penta Sinergi Grup memiliki tiga anak perusahaan, yaitu PT IFS Solusi Integrasi (ISI), PT Haluan Rekadaya Konsultindo (HRK), NTX Solusi Teknologi (Penta Sinergi Grup, 2018). PT IFS Solusi Integrasi memiliki fokus pada penjualan dan penerapan perangkat lunak ERP. PT Haluan Rekadaya Konsultindo yang menyediakan solusi untuk perusahaan yang menginginkan transformasi dan pengembangan digital. Serta PT NTX yang menyediakan layanan serta solusi teknologi (Penta Sinergi Grup, 2018).

Dari ketiga anak perusahaan tersebut PT Haluan Rekadaya Konsultindo (HRK) menjadi salah satu perusahaan yang berperan dalam mendukung transformasi digital melalui penyediaan solusi berbasis teknologi dan sistem terintegrasi bagi perusahaan. Fokus tersebut sejalan dengan meningkatnya kebutuhan organisasi terhadap penerapan sistem digital yang mampu mendukung efektivitas operasional bisnis. PT Haluan Rekadaya Konsultindo memiliki satu produk unggulan yaitu robustapp. Robustapp mengkolaborasi sistem ERP dengan *Artificial Intelligence (AI)*. Selain itu,, aplikasi ini juga dilengkapi fitur layanan konsultasi oleh profesional dengan tujuan membantu perusahaan memiliki proses bisnis lebih terintegrasi (RobustApp, 2022).

Robustapp menyediakan empat solusi utama untuk membantu proses bisnis perusahaan. Solusi tersebut mencakup bidang keuangan, rantai pasok, sumber daya manusia, dan manufaktur. Target pasar RobustApp mencakup perusahaan skala kecil, menengah, hingga besar. Hingga kini, robustapp sudah memiliki lebih dari 200 fitur dengan 1000 pelanggan yang berasal dari berbagai industri. Robustapp tidak hanya menyediakan platform untuk integrasi proses bisnis perusahaan, tapi juga melayani penyesuaian fitur dengan kebutuhan bisnis setiap pelanggan (RobustApp, 2022).

Sebagai perusahaan yang menyediakan solusi transformasi digital dengan produk unggulan berupa aplikasi sistem digital terintegrasi, PT Haluan Rekadaya perlu melakukan kegiatan pemasaran untuk memperkenalkan produk serta layanannya kepada calon pelanggan. Komunikasi pemasaran menjadi salah satu sarana yang dapat digunakan untuk menyampaikan informasi mengenai spesifikasi serta manfaat produk kepada target pasar. Penyampaian informasi tersebut dapat membangun preferensi pelanggan terhadap produk yang ditawarkan sehingga dapat berkontribusi terhadap kegiatan penjualan perusahaan (Sugiono, 2021).

Dalam kegiatan pemasaran, komunikasi visual berperan penting karena mampu membantu menyampaikan pesan kepada audiens secara lebih cepat dan tepat sasaran. Selain menyampaikan informasi mengenai produk, komunikasi visual juga berperan dalam membangun identitas merek dan menciptakan diferensiasi perusahaan di tengah persaingan pasar. Penyajian informasi melalui elemen visual yang dirancang secara sistematis dapat membantu pesan yang disampaikan lebih mudah dipahami oleh audiens (Hawari & Purwanto, 2025).

Oleh karena itu, perusahaan perlu memanfaatkan komunikasi visual dalam kegiatan pemasaran. Untuk mendukung kegiatan tersebut, PT Haluan Rekadaya Konsultindo memiliki divisi marketing yang bertanggung jawab dalam pengelolaan komunikasi dan promosi perusahaan melalui berbagai platform digital. Divisi ini berperan dalam memperkenalkan produk dan layanan perusahaan kepada target pasar melalui penyusunan strategi pemasaran dan komunikasi visual. Oleh karena

itu, penulis tertarik melaksanakan kegiatan magang di PT Haluan Rekadaya Konsultindo sebagai graphic design marketing intern agar dapat menerapkan teori yang sebelumnya dipelajari dari perkuliahan di lingkungan kerja nyata. Pada divisi ini, penulis memiliki peran untuk membantu perusahaan dalam melakukan kegiatan promosi, branding, serta komunikasi kepada target pasar perusahaan melalui berbagai media digital.

Selama pelaksanaan magang, penulis menemukan bahwa produk teknologi memiliki fitur yang relatif kompleks dan informasi yang mengandung bahasa teknis. Dalam hal ini, diperlukan pendekatan visual khusus yang mampu menyederhanakan penyampaian fitur dan informasi sehingga dapat disampaikan dengan lebih jelas dan mudah dipahami oleh target audiens. Oleh karena itu, peran graphic design marketing intern menjadi penting dalam mendukung aktivitas pemasaran dan komunikasi visual perusahaan.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang merupakan salah satu kewajiban akademik yang harus dipenuhi oleh penulis sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Manajemen di Universitas Multimedia Nusantara. Kegiatan ini dilaksanakan pada semester 6 sebagai bagian dari kurikulum yang dirancang untuk memberikan pengalaman praktis kepada mahasiswa sebelum memasuki dunia kerja. Dalam pelaksanaannya, mahasiswa diwajibkan untuk memenuhi total durasi kerja magang minimal 640 jam, yang setara dengan kurang lebih empat bulan kegiatan kerja.

Program kerja magang ini juga terintegrasi dengan beberapa mata kuliah, yaitu *Professional Business Ethics* (EM 928), *Industry Experience* (EM 929), *Industry Model Validation* (EM 930), serta *Evaluation and Reporting* (EM 931). Melalui integrasi tersebut, mahasiswa tidak hanya menjalankan praktik kerja, tetapi juga melakukan proses pembelajaran yang berkelanjutan, mulai dari penerapan etika

perusahaan, pemahaman perusahaan, hingga evaluasi terhadap pengalaman kerja yang telah dijalani.

Selain sebagai pemenuhan kewajiban akademik, pelaksanaan magang ini juga didasari oleh keinginan penulis untuk memperoleh pengalaman kerja secara langsung, khususnya di bidang pemasaran yang sesuai dengan minat penulis. Dengan terlibat langsung dalam aktivitas perusahaan, penulis dapat memahami dinamika dunia kerja secara lebih nyata, termasuk cara berkomunikasi dalam tim, menyelesaikan tugas, serta menghadapi tantangan pekerjaan.

Lebih lanjut, kegiatan magang ini menjadi sarana bagi penulis untuk mengaplikasikan berbagai konsep dan teori pemasaran yang telah dipelajari selama perkuliahan ke dalam praktik kerja. Penulis berharap bahwa melalui pengalaman ini, pemahaman terhadap ilmu pemasaran tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga dapat diterapkan secara nyata dalam mendukung aktivitas bisnis perusahaan. Dengan demikian, kerja magang ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam meningkatkan kompetensi, keterampilan, serta kesiapan penulis dalam menghadapi dunia profesional di masa mendatang.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang yang dilakukan berlangsung di PT Haluan Rekadaya Konsultindo (PT. Penta Sinergi Grup) selama kurang lebih empat bulan, dengan total durasi kerja mencapai ± 640 jam kerja, dan 207 jam bimbingan dengan dosen pembimbing atau *Advisor* sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Universitas Multimedia Nusantara dalam program Prostep.

Rincian Pelaksanaan Program Kerja Magang adalah sebagai berikut:

Nama Perusahaan : PT Haluan Rekadaya Konsultindo

Bidang Usaha : Teknologi informasi, konsultasi bisnis, R&D.

Alamat : Mega Plaza 3A Floor. Jl. H.R. Rasuna Said
Kav. C-3. Jakarta 12920 – Indonesia

Periode Pelaksanaan : 2 Februari 2026 sampai 2 Juni 2026

Posisi Magang : *Graphic Design Intern (Marketing Support)*

Selama periode tersebut, penulis menjalankan kegiatan magang dengan sistem kerja yang menyesuaikan kebijakan perusahaan, yaitu secara *Work From Office* (WFO) dari hari Senin sampai Kamis dan *Work From Home* (WFH) di hari Jumat. Aktivitas kerja dilaksanakan selama lima hari dalam satu minggu, yaitu dari hari Senin hingga Jumat, dengan rata-rata waktu kerja sekitar 8–9 jam per hari. Jam kerja dimulai pada pukul 09.00 hingga 18.00 WIB, dengan waktu istirahat selama satu jam pada pukul 12.00 hingga 13.00 WIB.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Adapun prosedur pelaksanaan kerja magang yang dijalani oleh penulis saat melakukan kerja magang di PT Haluan Rekadaya Konsultindo selama empat bulan meliputi beberapa tahapan

1. Penulis mengikuti kegiatan sosialisasi magang yang dilaksanakan pada tanggal 7 November 2025 sebagai persiapan sebelum menjalani program kerja magang serta untuk memahami prosedur dan ketentuan pelaksanaan magang dari Program studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
2. Penulis mempersiapkan dokumen pendukung yang dibutuhkan untuk proses pendaftaran magang, seperti curriculum vitae (CV), portofolio, dan dokumen administrasi lainnya.
3. Penulis melakukan pencarian lowongan magang melalui berbagai platform pencarian kerja, seperti LinkedIn, Glints, Jobstreet, serta informasi yang diperoleh dari relasi dan media sosial perusahaan.

4. Penulis mendapatkan informasi lowongan internship PT. Penta sinergi grup dari grup angkatan manajemen yang dibagikan oleh salah satu dosen, Penulis melamar mengirimkan curriculum vitae (CV) dan portofolio ke perusahaan untuk posisi Desain grafis (marketing support)
5. Setelah mengirim lamaran, penulis dihubungi oleh pihak HRD perusahaan untuk mengikuti proses wawancara terkait posisi yang dilamar.
6. Penulis mengikuti proses wawancara bersama pihak PT Haluan Rekadaya Konsultindo (HRK) dengan *Marketing Manager* guna membahas latar belakang, pengalaman, kemampuan yang dimiliki, serta kesesuaian dengan kebutuhan perusahaan.
7. Proses wawancara selesai, penulis menerima informasi dari HRD bahwa penulis dinyatakan diterima sebagai *Intern*. Penulis kemudian diminta untuk menjalani program kerja magang selama empat bulan, terhitung mulai tanggal 2 Februari 2026 hingga 2 Juni 2026.
8. Sebelum memulai kegiatan kerja magang, penulis diminta oleh pihak HRD untuk mengisi formulir data pribadi sebagai bagian dari proses administrasi dan pendataan peserta magang di perusahaan.
9. Penulis mulai melaksanakan kegiatan kerja magang pada tanggal 2 Februari 2026 di PT Haluan Rekadaya Konsultindo (PT Penta Sinergi Grup) sebagai Desain grafis intern (*Marketing Support*).

Berikut merupakan prosedur pelaksanaan kerja magang pada tahap pelaksanaan yang dilakukan oleh penulis.

1. Penulis mulai melaksanakan kegiatan kerja magang pada tanggal 2 Februari 2026 di PT Haluan Rekadaya Konsultindo (PT Penta Sinergi Grup) Sebagai Desain grafis intern (*Marketing Support*).
2. Sebelum memulai kegiatan kerja magang, penulis mengikuti proses onboarding dan pengenalan perusahaan yang diberikan oleh supervisor serta

tim terkait untuk memahami profil perusahaan, budaya kerja, dan ruang lingkup pekerjaan yang akan dijalankan.

3. Selama magang, penulis diberikan arahan mengenai tugas dan tanggung jawab seperti content planning, content creation, content editing, serta mendukung kebutuhan branding dan komunikasi visual digital melalui media sosial perusahaan.
4. Penulis secara rutin mengisi laporan aktivitas harian (daily task) melalui website Prostep UMN (prostep.umn.ac.id) sebagai bentuk pelaporan kegiatan yang dilakukan selama pelaksanaan kerja magang.
5. Penulis melakukan bimbingan dan revisi laporan kerja magang secara berkala bersama dosen pembimbing.
6. Setelah seluruh rangkaian kegiatan magang selesai dilaksanakan, penulis melengkapi berbagai dokumen administrasi yang diperlukan serta mengumpulkan laporan kerja magang sebagai salah satu persyaratan untuk mengikuti sidang magang.

