

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era *digital* saat ini, media sosial sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Platform seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan lainnya menjadi wadah untuk mengekspresikan diri (Dharma & Mesra, 2025). Saat ini perdagangan juga banyak dilakukan melalui media sosial seperti Instagram dan TikTok. Instagram dan TikTok populer karena memiliki fitur yang dapat menjangkau konsumen serta mampu menampilkan konten visual yang menarik (Maulana & Isyanto, 2025).

Pengguna Instagram dan TikTok di Indonesia mencapai kurang lebih 200an juta, sehingga peluang menjual produk secara *online* sangat besar (Maulana, 2024). Menurut Maulana, dibutuhkan konten yang komunikatif untuk meningkatkan pengguna media sosial agar membeli produk. Melihat banyak produk yang dipasarkan secara *online*, peran *content creator* dibutuhkan untuk membantu dalam mempromosikan suatu produk atau jasa. *Content creator* adalah sebutan kepada penyebar informasi yang ditransformasikan menjadi gambar, *video*, dan tulisan atau yang biasanya disebut sebagai konten yang kemudian disebar (Yanny, 2023).

Dalam ekosistem media sosial ada agensi yang menjadi *content creator* dan membantu dalam manajemen media sosial. Dalam pemasaran secara *online*, manajemen media sosial dapat meningkatkan penjualan (Putra et al., 2025). Fern Creative Studio adalah sebuah agensi yang berfokus untuk membuat konten *marketing* dan manajemen media sosial. Saat ini Fern Creative Studio bekerja sama dengan Oita Coffee dan Shimooka Men Salon untuk menjual produk serta jasa,

Fern Creative Studio bertugas untuk membuat konten bagi setiap klien. Konten yang dibuat mencakup Instagram *story*, Instagram *reels*, Instagram *feeds*, serta TikTok. Selain itu, Fern Creative Studio bertugas untuk manajemen Instagram dan TikTok, seperti membuat *content calendar*, membuat *caption*, serta

memastikan konten di-*upload* sesuai waktu yang ditentukan. Alasan penulis memilih magang di Fern Creative Studio karena penulis merasa terinspirasi dan berkeinginan untuk membuat dan mengembangkan agensi sendiri suatu hari nanti.

1.2 Maksud dan Tujuan Magang

Maksud penulis melakukan magang untuk mendapatkan pengalaman di bidang pembuatan konten untuk *digital marketing*, dan lebih memahami cara kerja agensi media sosial. Tujuan penulis adalah untuk mendapat banyak pengalaman dan pelajaran agar bisa menjadi bekal untuk membuat agensi yang juga bergerak di media sosial. Penulis juga bertujuan untuk meningkatkan *softskill* dan *hardskill*.

Penulis berharap selama proses magang bukan hanya penulis yang mendapatkan hal baik, tapi agensi Fern Creative Studio juga merasa demikian. Penulis ingin banyak belajar dan mendapat pengalaman yang nantinya pasti akan berguna untuk mencapai tujuan yaitu membauat agensi. Selama proses magang, penulis bisa memberikan kontribusi yang terbaik seperti ide kreatif, manajemen yang baik, pekerjaan tepat waktu, menjadi orang yang bertanggung jawab, dan dapat dipercaya dalam menjalankan tugas.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang

Proses yang penulis lakukan selama mencari instansi/ perusahaan untuk kerja magang yang pertama adalah membuat *list* perusahaan yang ingin dijadikan tempat kerja. Berdasarkan *list* tersebut, penulis melakukan registrasi ke kampus melalui PRO-STEP UMN. Setelah registrasi dan telah disetujui, penulis menghubungi perusahaan tersebut dan melampirkan *Curriculum Vitae*, portofolio, serta *cover letter*. Kemudian Fern Creative Studio menghubungi penulis untuk wawancara. Begitu mendapat kabar bahwa penulis diterima, penulis segera melakukan *complete registration* melalui PRO-STEP UMN. Waktu pelaksanaan kerja magang dimulai dari tanggal 23 Februari 2026, sampai tanggal 23 Juni 2026. Setiap hari jam kerja mulai pada pukul 10.00 hingga 18.00.