

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini, media sosial tidak lagi sekadar menjadi sarana berbagi foto atau video pribadi, melainkan telah berkembang menjadi salah satu elemen utama dalam dunia bisnis. Platform seperti *Instagram*, *TikTok*, *YouTube*, dan *Twitter* telah mengubah cara konsumen mengenal sebuah merek serta mengambil keputusan pembelian. Bagi sebuah bisnis, kehadiran di media sosial menjadi hal yang penting untuk membangun *brand awareness* dan menjangkau *audience* secara luas. Hal ini sejalan dengan pernyataan dalam Jurnal Administrasi Bisnis (*UNPAR*) yang menyebutkan bahwa media sosial memiliki peran penting sebagai sarana komunikasi pemasaran yang efektif dalam membangun *brand awareness* dan loyalitas pelanggan melalui interaksi dua arah secara langsung.

Platform seperti *Instagram* telah mengubah cara konsumen mengenal sebuah merek serta mengambil keputusan pembelian. *Instagram* menjadi salah satu media sosial yang paling efektif dalam membangun *branding* karena memiliki kekuatan visual yang tinggi serta fitur interaktif seperti *reels*, *stories*, *carousel*, dan *insight analytics* yang mendukung aktivitas pemasaran digital. Berdasarkan laporan *DataReportal* (2024), jumlah pengguna *Instagram* di Indonesia mencapai lebih dari 90 juta pengguna dengan dominasi usia produktif generasi Z dan milenial yang aktif mencari informasi produk maupun *brand* melalui media sosial. Bagi sebuah bisnis, kehadiran di media sosial menjadi hal yang penting untuk membangun *brand awareness* dan menjangkau *audience* secara luas. Hal ini sejalan dengan penelitian dalam Jurnal Administrasi Bisnis yang menyebutkan bahwa media sosial memiliki peran penting sebagai sarana komunikasi pemasaran yang efektif dalam membangun *brand awareness* dan loyalitas pelanggan melalui interaksi dua arah secara langsung.

Namun, dalam praktiknya, pengelolaan media sosial tidaklah sederhana. Banyak pelaku usaha memiliki produk yang baik, tetapi mengalami kesulitan dalam menyusun konten yang menarik, memahami tren media sosial, serta menyesuaikan strategi dengan perubahan algoritma platform digital yang terus berkembang. Permasalahan tersebut membuka peluang bagi hadirnya *creative agency* yang mampu membantu bisnis dalam merancang dan mengelola strategi konten secara lebih terarah dan profesional.

Kebutuhan akan pengelolaan konten yang strategis dan terencana inilah yang melatarbelakangi berdirinya Neokarsa Agency. *Agency* ini hadir sebagai solusi dalam membantu *brand* mengoptimalkan media sosial melalui pendekatan konten yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memiliki arah komunikasi yang jelas dan sesuai dengan target audiens. Dalam konteks ini, *Instagram* tidak lagi dipandang sekadar sebagai media unggahan foto atau video, tetapi telah berkembang menjadi platform utama dalam membangun identitas visual, komunikasi *brand*, dan interaksi dengan *audience*. Oleh karena itu, konten yang diunggah harus dirancang secara strategis agar mampu menarik perhatian *audience*, meningkatkan *engagement*, serta membangun citra *brand* secara konsisten.

Dalam pelaksanaan kerja magang, penulis memilih peran sebagai *Content Strategist* yang berfokus pada perencanaan dan penyusunan strategi konten. Peran ini tidak hanya berkaitan dengan pembuatan ide konten, tetapi juga mencakup analisis target audiens, riset tren, penyusunan *content pillar*, hingga penentuan konsep komunikasi yang sesuai dengan tujuan *brand*. Oleh karena itu, fokus utama dalam laporan ini adalah bagaimana peran strategi konten dijalankan dalam mendukung pembangunan dan pengembangan Neokarsa Agency agar mampu bersaing di industri kreatif digital.

Pemilihan bidang *creative agency*, khususnya yang berfokus pada konten media sosial, didasarkan pada perkembangan era digital yang semakin pesat, dimana aktivitas pemasaran kini banyak beralih ke platform *online*. Media sosial

tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi alat utama dalam membangun citra *brand* dan menarik minat konsumen. Banyak pelaku usaha yang menyadari pentingnya kehadiran digital, namun belum memiliki kemampuan atau sumber daya untuk mengelola konten secara optimal. Oleh karena itu, kebutuhan akan jasa *creative agency* terus meningkat. Hal ini didukung oleh penelitian dalam Jurnal Ilmu Komunikasi yang menyatakan bahwa media sosial merupakan platform yang efektif dalam menjangkau konsumen secara luas, cepat, dan interaktif.

Seiring dengan perkembangan tersebut, peran *Content Strategist* menjadi penting dalam memastikan bahwa konten yang dibuat tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memiliki arah strategi yang jelas dan mampu mencapai tujuan pemasaran. Dalam pengembangan bisnisnya, Neokarsa Agency berfokus pada sektor *food and beverage (F&B)*, *fashion*, dan *hospitality* yang sangat bergantung pada kekuatan visual dan tren dalam menarik konsumen. Dengan meningkatnya penggunaan media sosial dan perubahan perilaku konsumen yang cenderung mencari informasi melalui platform digital, peluang pengembangan *agency* di bidang ini menjadi semakin besar.

Melalui program magang yang difasilitasi oleh SkyStar Ventures, penulis memperoleh kesempatan untuk belajar dan terlibat secara langsung dalam proses pengelolaan konten di lingkungan *agency*. Program ini memberikan pengalaman praktis, *mentoring*, serta fasilitas yang mendukung pengembangan kemampuan di bidang industri kreatif. Dengan adanya pengalaman ini, penulis dapat memahami secara lebih mendalam bagaimana strategi konten dirancang dan diimplementasikan dalam dunia kerja nyata, serta mempersiapkan diri untuk menghadapi industri kreatif di masa depan.

1.2 Maksud dan Tujuan Magang

Tujuan pelaksanaan kerja magang ini disusun berdasarkan judul laporan yaitu “Peran Strategi Konten dalam Pembangunan Neokarsa Agency di *Instagram*”, yang menekankan bahwa strategi konten memiliki peran penting dalam proses pengembangan sebuah *creative agency*. Kegiatan magang ini bertujuan untuk memberikan pemahaman secara langsung kepada penulis mengenai bagaimana perencanaan dan implementasi strategi konten dapat digunakan sebagai alat utama dalam membangun *brand*, meningkatkan *engagement*, serta mendukung pertumbuhan bisnis *agency*.

Hal ini didukung oleh penelitian yang menyatakan bahwa strategi konten yang dirancang secara terencana dan konsisten memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan *brand awareness* dan keterlibatan *audience* di media sosial. Selain itu, pengelolaan konten secara strategis juga berpengaruh terhadap *customer engagement* dan citra *brand* sehingga menjadi faktor penting dalam keberhasilan pemasaran digital.

Melalui kegiatan magang ini, penulis bertujuan untuk menganalisis serta mengimplementasikan proses pengelolaan konten secara profesional dalam lingkungan *agency*, mulai dari tahap perencanaan, produksi, hingga evaluasi performa konten. Selain itu, penulis juga ingin memahami bagaimana strategi konten disusun berdasarkan analisis target *audience*, tren digital, serta kebutuhan klien sehingga mampu menghasilkan konten yang efektif dan relevan.

Selama proses magang, penulis juga mengembangkan kemampuan baik dari sisi *hard skill* maupun *soft skill*. Dari sisi *hard skill*, penulis berfokus pada penyusunan strategi konten, riset tren, analisis media sosial, dan evaluasi performa konten. Sementara itu, dari sisi *soft skill*, penulis mengembangkan kemampuan komunikasi, kerja sama tim, manajemen waktu, serta kemampuan berpikir kreatif dan *problem solving*.

Selain itu, penulis juga bertujuan untuk memberikan kontribusi nyata dalam pembangunan Neokarsa Agency melalui penyusunan strategi konten yang terarah, kreatif, dan relevan dengan kebutuhan *brand*.

Secara lebih rinci, tujuan magang ini adalah sebagai berikut:

1. Memenuhi syarat kelulusan mata kuliah kerja magang di Universitas Multimedia Nusantara.
2. Menambah pengalaman kerja di bidang industri kreatif, khususnya dalam strategi konten media sosial.

3. Mengembangkan kemampuan dalam perencanaan, analisis, dan evaluasi konten digital.
4. Mengembangkan *soft skill* seperti komunikasi, kerja sama tim, dan manajemen waktu.
5. Menganalisis peran konten strategis dalam membangun sebuah *creative agency*.
6. Mengimplementasikan strategi konten sesuai kebutuhan *brand* dan target *audience*.
7. Memberikan kontribusi dalam pengembangan Neokarsa Agency melalui strategi konten.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang

Pelaksanaan kerja magang dilakukan oleh penulis pada tanggal 2 Februari hingga 4 Juni 2026 pada semester 6 sebagai salah satu syarat kelulusan mata kuliah kerja magang di Universitas Multimedia Nusantara. Dalam pelaksanaannya, penulis menjalankan kegiatan magang di Neokarsa Agency dengan mengikuti sistem kerja yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Kegiatan magang dilakukan secara terstruktur dengan pembagian tugas sesuai dengan peran penulis sebagai *Content Strategist*.

Dalam peran tersebut, penulis bertanggung jawab dalam merencanakan strategi konten, menyusun konsep konten, melakukan riset tren, serta memastikan bahwa konten yang dibuat sesuai dengan target *audience* dan tujuan *brand*. Selain itu, penulis juga terlibat dalam proses evaluasi performa konten sebagai bagian dari pengembangan strategi yang lebih efektif. Selama pelaksanaan magang, penulis bekerja di bawah arahan dan koordinasi mentor serta tim internal untuk memastikan bahwa setiap pekerjaan berjalan sesuai dengan kebutuhan klien dan tujuan *agency*.

Prosedur pelaksanaan magang diawali dari proses pencarian tempat magang yang sesuai dengan minat penulis, yaitu di bidang industri kreatif dan media digital. Setelah menentukan pilihan, penulis melakukan pengajuan magang dengan menyiapkan dokumen pendukung seperti *curriculum vitae (CV)* dan

portofolio. Selanjutnya, penulis mengikuti proses seleksi yang meliputi tahap komunikasi awal hingga wawancara.

Dalam proses tersebut, penulis menerapkan pengetahuan yang diperoleh dari mata kuliah *Professional Development* dan Pembekalan Magang, khususnya dalam hal etika komunikasi dan profesionalisme. Penulis berusaha menyampaikan informasi secara jelas, menggunakan bahasa yang sopan, serta menunjukkan sikap yang bertanggung jawab selama proses seleksi berlangsung.

Setelah dinyatakan diterima, penulis mengikuti proses *onboarding* dan mulai menjalankan tugas sesuai *jobdesk* yang telah ditentukan. Selama kegiatan magang berlangsung, penulis juga menerapkan etika kerja profesional seperti disiplin terhadap waktu, tanggung jawab terhadap pekerjaan, serta kemampuan bekerja sama dalam tim untuk menyelesaikan setiap tugas yang diberikan.

