

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi, penulis memandang bahwa kegiatan kerja magang merupakan sarana penting untuk memahami penerapan konsep komunikasi secara langsung di dunia industri. Perkembangan teknologi digital yang pesat juga turut memengaruhi cara perusahaan menjalankan komunikasi pemasaran. Perubahan ini terlihat terutama dari pemanfaatan internet dan media sosial sebagai media utama dalam menjangkau konsumen. Berdasarkan laporan Data Reportal, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai sekitar 139 juta pengguna pada tahun 2024 (Kemp, 2024), yang menunjukkan besarnya potensi media digital dalam aktivitas komunikasi pemasaran saat ini.

Melihat kondisi tersebut, perusahaan tidak lagi hanya menyampaikan pesan secara satu arah, tetapi juga dituntut untuk membangun interaksi yang lebih dinamis dengan audiens. Oleh sebab itu, penulis merasa perlu untuk memperoleh pengalaman magang di perusahaan yang bergerak dalam bidang komunikasi pemasaran digital. Di sisi lain, penulis juga dapat memahami secara langsung bagaimana strategi komunikasi tersebut diterapkan dalam praktik kerja sehari-hari. Hal ini sejalan dengan pendapat Kotler dan Keller (2012) yang menyatakan bahwa komunikasi pemasaran merupakan proses untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen terhadap produk atau merek.

Seiring dengan perkembangan tersebut, agensi digital marketing menjadi salah satu lingkungan yang relevan untuk mempelajari implementasi komunikasi pemasaran digital. Maka dari itu, penulis memilih Redcomm Indonesia sebagai lokasi pelaksanaan kerja magang. Perusahaan ini bergerak di bidang digital marketing dan menyediakan berbagai layanan komunikasi pemasaran, seperti pengelolaan media sosial, pengembangan konten, serta perencanaan strategi berbasis data (Redcomm, n.d.). Secara akademik, Redcomm Indonesia dapat

dikatakan merepresentasikan penerapan konsep komunikasi pemasaran digital yang terintegrasi dalam dunia industri.

Kemudian, posisi *Account Executive Intern* yang dipilih penulis relevan dengan konsep *organizational communication* karena posisi ini berhubungan dengan proses penyampaian informasi, koordinasi pekerjaan, serta menjaga kelancaran komunikasi antara klien dan tim internal agensi. Komunikasi organisasi merupakan proses pertukaran informasi yang terjadi di dalam organisasi untuk mendukung tercapainya tujuan bersama melalui koordinasi antar individu maupun divisi (Miller & Barbour, 2015). Dalam pelaksanaan kerja di agensi digital, *Account Executive Intern* berperan untuk membantu memastikan informasi, arahan kerja, serta *feedback* dari klien dapat tersampaikan dengan baik kepada seluruh pihak yang terlibat dalam proses pekerjaan.

Posisi ini juga memiliki peran penting dalam menjaga agar kerja sama antara klien dan agensi dapat berjalan secara konsisten dan selaras. Dalam hal ini, *Account Executive Intern* bertugas sebagai penghubung antara klien dengan tim internal agensi melalui penerapan *project communication management* dalam alur kerja sehari-hari. Peran tersebut membantu memastikan bahwa kebutuhan serta ekspektasi klien dapat dipahami dengan jelas oleh tim internal, sehingga proses kerja, koordinasi, dan penyampaian informasi dapat berjalan lebih efektif.

Oleh karena itu, melalui kegiatan magang ini penulis tertarik untuk memahami secara langsung bagaimana alur komunikasi kerja antara klien dan tim internal dijalankan secara profesional dalam lingkungan agensi digital marketing. Pengalaman ini menjadi kesempatan sekaligus bentuk nyata untuk memperdalam wawasan mengenai strategi dan praktik komunikasi pemasaran dalam industri. Keterlibatan dalam berbagai aktivitas kerja, juga diharapkan dapat membantu penulis meningkatkan kemampuan komunikasi profesional agar lebih relevan dan selaras dengan bidang Ilmu Komunikasi yang sedang penulis tempuh.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja

Kegiatan kerja magang dilakukan sebagai bentuk penerapan ilmu yang telah dipelajari selama masa perkuliahan ke dalam lingkungan kerja profesional. Melalui kegiatan ini, penulis dapat memperoleh pengalaman secara langsung mengenai dunia kerja, khususnya dalam bidang digital marketing *agency*. Adapun tujuan pelaksanaan kerja magang di Redcomm Indonesia adalah sebagai berikut:

1. Mempelajari secara langsung peran serta tanggung jawab *Account Executive* dalam lingkungan kerja digital marketing *agency* dan menerapkan konsep ilmu komunikasi yang telah dipelajari selama perkuliahan.
2. Memahami proses komunikasi dan koordinasi yang dilakukan antara klien dengan tim internal dalam pelaksanaan kegiatan pemasaran digital.
3. Menambah wawasan sekaligus memperluas relasi profesional dalam bidang komunikasi pemasaran digital.

1.3 Deskripsi Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja

Pelaksanaan kegiatan kerja magang di Redcomm Indonesia berlangsung mulai tanggal 5 Januari 2026 sampai dengan 30 Mei 2026 sesuai dengan kontrak kerja magang yang telah disepakati. Jam operasional kerja dimulai pada pukul 09.00 WIB hingga 18.00 WIB dengan durasi kerja minimal delapan jam setiap harinya.

Selama pelaksanaan magang, sistem kerja yang diterapkan adalah *hybrid*, yaitu kombinasi antara *Work From Home (WFH)* dan *Work From Office (WFO)* selama lima hari kerja dalam satu minggu. Kegiatan *WFH* dilaksanakan pada hari Senin, Selasa, dan Jumat, sedangkan kegiatan *WFO* dilakukan pada hari Rabu dan Kamis. Namun, jadwal tersebut dapat berubah sewaktu-waktu menyesuaikan kebutuhan pekerjaan maupun aktivitas yang harus dilakukan secara langsung di kantor.

Kantor Redcomm Indonesia berlokasi di Jl. Tanah Abang II No.47, RT.1/RW.4, Petojo Selatan, Gambir, Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10160.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja

Pelaksanaan kerja magang dilakukan melalui beberapa tahapan, mulai dari proses administrasi kampus, pengajuan tempat magang, hingga pelaksanaan kegiatan kerja magang di perusahaan.

A. Proses Administrasi Kampus (Universitas Multimedia Nusantara)

1. Mengikuti *briefing* kerja magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
2. Mengisi Kartu Rencana Studi (KRS) dengan mengambil mata kuliah Internship sebagai bagian dari program MBKM.
3. Mengajukan permohonan kerja magang kepada program studi melalui pengisian formulir pada *website* prostep.umn.ac.id.
4. Memperoleh persetujuan program studi terkait lokasi pelaksanaan kerja magang.
5. Mengunggah dokumen yang dibutuhkan, termasuk *Letter of Acceptance (LoA)* dari perusahaan, ke dalam sistem yang telah disediakan universitas.
6. Melakukan pengisian *daily task* selama kegiatan magang berlangsung sebagai bentuk dokumentasi aktivitas kerja harian.

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

1. Mencari informasi mengenai peluang kerja magang melalui aplikasi *LinkedIn*.
2. Mengirimkan *Curriculum Vitae (CV)* dan portofolio kepada perusahaan sebagai bagian dari proses pengajuan magang.

3. Penerimaan kerja magang di Redcomm Indonesia unit Ruby ditandai dengan diterimanya *Letter of Acceptance* dari pihak perusahaan pada tanggal 5 Januari 2026.

C. Proses Pelaksanaan Kerja Magang

1. Kegiatan kerja magang dimulai pada tanggal 5 Januari 2026 dengan posisi sebagai *Account Executive Intern* di unit Ruby Omega Redcomm Indonesia.
2. Selama pelaksanaan magang, penulis berada di bawah bimbingan Keisha Diandra Putri selaku *Account Executive* dari tim *account* yang bertugas memberikan arahan dan koordinasi terkait pekerjaan selama masa magang.
3. Menjalankan berbagai tugas dan tanggung jawab harian sesuai dengan posisi sebagai *Account Executive Intern*.
4. *Supervisor* memberikan evaluasi terhadap kinerja penulis selama periode kerja magang melalui website prostep.umn.ac.id

