

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dalam beberapa tahun terakhir telah membawa perubahan besar terhadap cara perusahaan menjalankan aktivitas pemasaran digital. Transaksi *online* pada masa sebelumnya lebih berfokus pada sistem *e-commerce* konvensional, namun saat ini pendekatan pemasaran mulai bergeser menuju konsep *social commerce* yang memanfaatkan interaksi sosial sebagai bagian dari proses pembelian [1]. Kehadiran media sosial memungkinkan konsumen tidak lagi hanya berperan sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai pihak yang aktif berinteraksi, berbagi pengalaman, serta memengaruhi keputusan pembelian pengguna lain melalui fitur komunikasi digital yang tersedia [2]. Kondisi tersebut mendorong perusahaan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih interaktif dan berorientasi pada pengalaman pengguna agar mampu mempertahankan keterlibatan konsumen di lingkungan digital yang semakin kompetitif [3].

Salah satu bentuk perkembangan *social commerce* yang saat ini berkembang pesat adalah penggunaan fitur *live streaming* dalam aktivitas pemasaran dan penjualan produk. Aktivitas siaran langsung memfasilitasi penjual untuk berkomunikasi secara *real-time* dengan audiens sekaligus memberikan demonstrasi produk secara lebih transparan dan interaktif. [4]. Interaksi langsung ini membantu meningkatkan rasa percaya konsumen karena mereka dapat memperoleh informasi produk secara spontan serta melihat respons penjual secara langsung terhadap pertanyaan yang diajukan [5]. Beberapa penelitian juga menunjukkan bahwa tingkat interaktivitas dalam *live streaming* berpengaruh positif terhadap keterlibatan konsumen dan mampu meningkatkan niat beli, terutama ketika audiens merasakan kedekatan sosial dengan host atau penjual [6].

Dalam konteks Indonesia, TikTok menjadi salah satu platform yang berperan penting dalam mendorong pertumbuhan *live commerce* melalui integrasi konten hiburan dan aktivitas transaksi dalam satu aplikasi. Sistem rekomendasi berbasis algoritma memungkinkan pengguna menemukan produk secara lebih organik melalui konten video maupun sesi siaran langsung yang muncul pada beranda pengguna [7]. Aktivitas *live streaming* tersebut menghasilkan berbagai data performa, seperti jumlah penonton, tingkat interaksi, dan konversi penjualan yang terus berubah secara real-time. Perusahaan perlu mengelola data hasil siaran tersebut secara sistematis melalui pendekatan analitik dan *business intelligence* agar informasi yang diperoleh dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan pemasaran yang lebih efektif [8].

PT Persuaseni Merah Kreasindo (REDComm. Indonesia), melalui unit bisnis Blssed, merespons pergeseran strategi pemasaran ini dengan memfokuskan layanannya pada *Social Commerce*, *Live Shopping*, *Live Event*, dan *Content Creations*. Sebagai salah satu agensi kreatif digital terkemuka, Blssed menghadapi tantangan dalam mengelola data yang berasal dari berbagai sumber platform analitik dan *spreadsheet* guna mendukung pengambilan keputusan strategis bagi para kliennya. Tantangan utama dalam lingkungan agensi saat ini adalah bagaimana mentransformasi Big Data menjadi wawasan yang dapat ditindaklanjuti untuk meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran digital.

Unit bisnis Blssed memandang program magang di dalam ekosistem *social commerce* yang dinamis bukan sekadar pemenuhan tanggung jawab sosial, melainkan sebuah investasi strategis untuk mengelola kompleksitas data media sosial yang cenderung tidak terstruktur. Perusahaan menyadari bahwa volume data dari aktivitas *livestream* memerlukan penanganan khusus melalui metodologi pembersihan (*data cleaning*) dan penstrukturan data yang presisi guna menjamin integritas informasi sebelum dikonsumsi oleh para pemangku kepentingan. Integrasi talenta dari Program Studi Sistem Informasi menunjang tujuan perusahaan untuk mentransformasi dataset operasional menjadi visualisasi data yang komunikatif untuk memantau performa secara *real-time*, sehingga memungkinkan

tim bisnis dan konten mengidentifikasi tren perilaku audiens secara instan demi optimalisasi kampanye yang lebih presisi. Melalui sinergi antara teori akademik dan praktik analisis data di lapangan, keberadaan pemegang Data Analyst diharapkan mampu memberikan impresi positif bagi agensi dan klien, sekaligus menjadi instrumen strategis dalam memperkuat kredibilitas layanan berbasis data (*data-driven*) saat berhadapan dengan klien-klien besar di dunia profesional.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja

Career Acceleration Program ini dilaksanakan dengan maksud utama memperoleh pengalaman baru sebagai *Data Analyst* di industri *digital marketing* (*social commerce*) dengan menerapkan kemampuan analisis data dalam lingkungan profesional yang penuh dengan data. Adapun tujuan spesifik dari pelaksanaan magang ini adalah:

1. Mendapatkan pengalaman *JobDesc* secara langsung dari profesi *Data Analyst* dalam industri periklanan digital.
2. Mengaplikasikan *Data Cleaning*, *Data visualization*, *Analytical Thinking*, dan *Problem Solving* disetiap pelaksanaan tugas.
3. Mengimplementasikan pengetahuan akademis yang berhubungan dengan konsep *Data Analysis*, *Data Visualization*, *Business Management and Marketing*.

1.3 Deskripsi Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja

Bagian ini menjelaskan mengenai sistem kerja, jadwal dan tata cara pelaksanaan program magang yang berlaku di REDComm Indonesia secara menyeluruh. Penjelasan mencakup aturan jam kerja sistem absensi, serta kebijakan terkait kehadiran dan hari libur berlaku bagi mahasiswa magang.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja

Kegiatan *Career Acceleration Program (CAP)* ini dilaksanakan di REDComm Indonesia, yang berlokasi di Jakarta. Perusahaan menerapkan sistem kerja *Hybrid*, yang memberikan fleksibilitas bagi karyawan dan mahasiswa magang untuk bekerja dari rumah (*Work From Home*) maupun di

kantor (*Work from Office*) guna menyeimbangkan efisiensi dan kolaborasi tim. Rincian waktu pelaksanaan magang adalah sebagai berikut:

1. Periode Magang

Program ini dimulai secara resmi pada tanggal 12 Januari 2026 dan berlangsung selama 8 bulan, berakhir pada 31 Agustus 2026.

2. Jadwal Operasional

Pemagang mengikuti jadwal operasional perusahaan, yang terdiri dari lima hari kerja dengan metode *Hybrid*: Senin, Selasa dan Jumat *Work From Home*, dan Rabu dan Kamis *Work From Office* masing-masing dengan 9 jam kerja per hari.

3. Jam Kerja

Waktu kerja dimulai pukul 09.00 WIB dan berakhir pada pukul 18.00 WIB, termasuk waktu istirahat selama satu jam.

4. Sistem Kehadiran

Pencatatan kehadiran dilakukan melalui sistem absensi digital perusahaan untuk memastikan kedisiplinan dan pemenuhan total jam kerja minimal yang diprasyaratkan oleh universitas.



Deskripsi Kegiatan	Jan				Feb				Mar				Apr				Mei				Jun				Jul				Aug			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
Orientasi & Pengenalan Tools																																
Data Collection & Cleaning																																
Analisis Performa Live Bulanan																																
Pengembangan Insight Decks																																
Penyusunan Laporan Akhir																																

Tabel 1.1 Tabel Overview Kegiatan

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja

Pelaksanaan seluruh rangkaian aktivitas kerja pada unit bisnis agensi kreatif digital PT Persuaseni Merah Kreasindo (RedComm Indonesia) dibagi secara sistematis ke dalam tiga tahapan utama yang terintegrasi antara pemenuhan kebutuhan industri operasional nyata dan penyelesaian kewajiban akademik universitas. Tiga tahapan tersebut meliputi:

A. Tahap Pra-Magang

Tahapan awal ini merupakan fase krusial yang meliputi seluruh proses seleksi administratif, pemetaan kompetensi, hingga pengurusan legalitas formal sebelum aktivitas kerja di lapangan resmi berjalan. Proses diawali dengan penyiapan serta pengunggahan berkas daftar riwayat hidup (*Curriculum Vitae*) dan portofolio teknis yang mendokumentasikan kapabilitas pengolahan data ke dalam portal rekrutmen resmi milik perusahaan. Setelah lolos dari penyaringan administratif awal oleh tim *Human Resource*, dilakukan pengujian teknis berupa *Brief Test* yang dirancang secara spesifik untuk mengukur

ketajaman berpikir analitis (*analytical thinking*) serta pemecahan masalah dalam menghadapi anomali data. Tahap seleksi ini kemudian dilanjutkan dengan sesi wawancara mendalam bersama tim operasional dan pengguna (*user*) dari unit bisnis Blssed guna memastikan adanya keselarasan antara keahlian teknis pengolahan data mahasiswa dengan dinamika kebutuhan proyek yang sedang dikelola oleh divisi. Setelah dinyatakan diterima secara resmi oleh pihak agensi, prosedur pra-pelaksanaan ini ditutup dengan penandatanganan kontrak kerja formal bersama perusahaan serta pengurusan administrasi akademik universitas melalui portal PRO-STEP (prostep.umn.ac.id.) guna mengunci legalitas hubungan kerja sama antara institusi kampus dengan industri.

B. Tahan Pelaksanaan Magang

Fase ini merupakan inti dari seluruh rangkaian aktivitas kerja praktik di mana penempatan dilakukan secara fokus pada unit bisnis Blssed yang secara khusus menangani pengelolaan layanan pemasaran interaktif berbasis *live commerce* dan *social commerce*. Sepanjang periode operasional harian dan mingguan di dalam divisi ini, peran asisten data analitik dijalankan dengan mengikuti siklus manajemen data yang terstruktur dan saling berkesinambungan lintas departemen. Alur kerja harian dimulai dari tahap *onboarding* teknis, pengurusan hak akses kredensial ke platform analitik *TikTok Shop Streamer Desktop*, serta pemetaan ruang lingkup parameter operasional harian terhadap akun merek dagang klien, seperti Verile dan White-Neng. Prosedur kemudian dilanjutkan pada siklus kerja teknis yang mencakup ekstraksi dataset statistik siaran langsung serta data logistik produk bulanan, yang dilanjutkan dengan proses pembersihan data (*data cleaning*) memanfaatkan bahasa pemrograman Python di lingkungan *Google Colab* guna mengeliminasi anomali sistemik sebelum diintegrasikan ke dalam database master *spreadsheet* internal agensi. Melalui master database yang telah tervalidasi tersebut, dilakukan proses analisis

komparatif performa finansial menggunakan formula logika spreadsheet untuk membedah efisiensi performa makro dan mikro berdasarkan klasifikasi momentum kampanye reguler harian (*Business as Usual*), tanggal kembar (*Double Date*), dan masa gajian (*Payday*). Dataset ini kemudian ditransformasikan ke dalam visualisasi grafik kinerja bauran produk serta grafik peta matriks warna (*heatmap*) untuk mendeteksi zona waktu operasional siaran yang paling produktif. Sebagai pelengkap analisis kuantitatif, dilakukan pula proses klasifikasi sentimen kualitatif (*comment analysis*) terhadap interaksi teks penonton secara manual guna mengidentifikasi hambatan komunikasi di dalam corong pemasaran. Seluruh hasil olahan data tersebut akhirnya dikompilasi secara paralel ke dalam dokumen presentasi bulanan (*insight decks*) berbasis *Google Slides* yang dilengkapi dengan interpretasi narasi deskriptif, di mana berkas laporan wajib melewati alur asistensi dan peninjauan ulang berjenjang bersama pembimbing lapangan sebelum akhirnya dipaparkan secara formal di hadapan manajemen pihak klien sebagai landasan ilmiah bagi pengambilan keputusan strategis pada periode berikutnya.

C. Tahap Pasca-Magang

Tahap akhir ini difokuskan penuh pada proses penyusunan dokumen Laporan *Career Acceleration Program* secara formal setelah seluruh masa operasional di lapangan selesai ditunaikan. Prosedur pasca-pelaksanaan ini mewajibkan jalannya proses bimbingan dan asistensi laporan secara intensif dan berkala minimal sebanyak delapan kali bersama dosen pembimbing akademik yang telah ditunjuk oleh universitas. Proses bimbingan tersebut bertujuan untuk meninjau ketepatan tata bahasa penulisan, menguji keselarasan logika analisis alur kerja, serta memastikan seluruh komponen draf laporan telah memenuhi kaidah ilmiah Sistem Informasi. Setelah draf laporan dinyatakan final dan disetujui oleh dosen pembimbing

serta pembimbing lapangan dari agensi, dokumen wajib melewati ambang batas pengujian tingkat kemiripan teks menggunakan perangkat pemindai *Turnitin* guna menjamin keaslian karya dan bebas dari unsur plagiarisme. Rangkaian prosedur panjang ini kemudian diakhiri dengan pelaksanaan sidang ujian magang secara formal di hadapan dewan penguji sebagai syarat mutlak kelulusan akademik untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer (S.Kom.) di Universitas Multimedia Nusantara.

