

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di era digital saat ini, cara berkomunikasi dalam dunia bisnis-ke-bisnis (*B2B*), khususnya di sektor jasa profesional dan konsultasi, telah mengalami transformasi besar. Membangun kredibilitas serta menjangkau kalangan profesional tidak lagi cukup melalui metode konvensional, melainkan menuntut pendekatan komunikasi digital yang interaktif dan berbasis edukasi. Urgensi pergeseran ini diperkuat oleh laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2024 yang mencatat tingkat penetrasi internet di Indonesia telah mencapai 79,5% atau sekitar 221 juta jiwa.

Pengelolaan media sosial yang efektif bukan sekadar mengunggah konten, tetapi juga membangun *engagement* yang bermakna antara perusahaan dan audiens. *Engagement* tidak hanya diukur dari jumlah pengikut atau tanda suka, melainkan dari tingkat interaksi dan keterhubungan audiens terhadap konten yang disajikan (Putri & Sari, 2024). Oleh karena itu, perusahaan perlu menyusun pesan dan konten secara strategis agar mampu menarik perhatian audiens serta menyampaikan informasi secara efektif di tengah tingginya arus informasi digital (Asari et al., 2023).

Tantangan komunikasi yang dihadapi Iradat Konsultan terletak pada bagaimana mengemas berbagai informasi mengenai sumber daya manusia, kesehatan mental, dan berbagai layanan pengembangan organisasi menjadi konten yang mudah dipahami oleh audiens media sosial. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang konsultasi SDM, Iradat tidak hanya perlu menyampaikan informasi yang akurat dan edukatif, tetapi juga harus mampu menarik perhatian audiens di tengah tingginya arus informasi pada platform digital. Selain itu, karakteristik audiens yang beragam menuntut perusahaan untuk menyusun pesan yang relevan tanpa mengurangi kredibilitas dan profesionalitas perusahaan. Oleh karena itu, diperlukan

perencanaan komunikasi yang terstruktur agar tujuan komunikasi dapat tercapai secara efektif.

Untuk menjawab kebutuhan tersebut, aktivitas pengelolaan media sosial selama masa magang ini didasari oleh satu teori utama yang komprehensif, yaitu Teori Perencanaan Komunikasi (*Communication Planning Theory*) yang dikembangkan oleh Ronald D. Smith (2017). Dalam bukunya yang berjudul “Strategic Planning for Public Relations”, Ronald D. Smith menekankan bahwa komunikasi yang efektif harus dilakukan melalui perencanaan yang sistematis dan terukur.

Communication Planning Theory yang dikembangkan oleh Ronald D. Smith (2017) terdiri atas empat fase utama. Fase pertama, yaitu *Formative Research*, terdiri dari *Step 1: Analyzing the Situation*, *Step 2: Analyzing the Organization*, dan *Step 3: Analyzing the Publics*. Selanjutnya, fase kedua, yaitu *Strategy*, terdiri dari *Step 4: Establishing Goals and Objectives*, *Step 5: Formulating Action and Response Strategies*, dan *Step 6: Developing the Message Strategy*. Fase ketiga, yaitu *Tactics*, terdiri dari *Step 7: Selecting Communication Tactics* dan *Step 8: Implementing the Strategic Plan*. Adapun fase keempat, yaitu *Evaluative Research*, terdiri dari *Step 9: Evaluating the Strategic Plan*.

Penerapan *Communication Planning Theory* sangat relevan dengan peran *Social Media Specialist* intern karena membantu memastikan setiap aktivitas komunikasi digital dilakukan secara terencana, mulai dari memahami kebutuhan audiens hingga mengevaluasi efektivitas pesan yang disampaikan. Melalui teori ini, proses pengelolaan media sosial dapat dilakukan secara lebih terarah sehingga mendukung tercapainya tujuan komunikasi perusahaan.

Pemilihan Iradat Konsultan sebagai tempat pelaksanaan kerja magang didasarkan pada ketertarikan penulis terhadap bidang komunikasi digital, khususnya pengelolaan media sosial pada perusahaan jasa profesional. Melalui kegiatan magang ini, penulis ingin mempelajari bagaimana strategi komunikasi digital diterapkan secara terstruktur untuk membangun hubungan dengan audiens,

meningkatkan keterlibatan, serta memperkuat citra perusahaan melalui media sosial.

Berdasarkan latar belakang tersebut, laporan kerja magang ini disusun untuk memberikan gambaran mengenai pelaksanaan kegiatan magang sebagai *Social Media Specialist Intern* di Iradat Konsultan. Selain itu, laporan ini juga menyajikan analisis terhadap aktivitas pengelolaan media sosial perusahaan berdasarkan *Communication Planning Theory* yang dikembangkan oleh Ronald D. Smith (2017) sebagai landasan teoritis utama dalam laporan ini.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang ini memiliki maksud untuk memperoleh gambaran secara langsung mengenai praktik komunikasi perusahaan, khususnya dalam pengelolaan media sosial sebagai bagian dari strategi komunikasi di era digital. Selain itu, kegiatan magang ini juga bertujuan untuk memahami bagaimana perusahaan merancang dan menyampaikan pesan kepada audiens melalui berbagai platform digital secara terstruktur dan efektif.

Secara khusus, aktivitas pelaksanaan kerja magang ini bertujuan untuk:

1. Mengasah keterampilan praktis dan mendapatkan pengalaman langsung sebagai *Social Media Specialist* dalam memahami seluruh alur kerja pengelolaan konten di Iradat Konsultan, mulai dari tahap perencanaan hingga evaluasi konten pada platform Instagram dan TikTok.
2. Mengaplikasikan teori *Communication Planning Theory* oleh Ronald D. Smith (2017) serta implementasi ilmu dari mata kuliah *Social Media & Mobile Marketing* dalam merancang strategi pesan dan konten media sosial di dunia kerja nyata.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Penulis melaksanakan program kerja magang di Iradat Konsultan yang berlokasi di Jakarta, selama empat bulan terhitung dari 1 Februari hingga 30 Mei 2026. Skema kerja yang dijalankan adalah *Work From Office* (WFO) setiap Senin sampai Jumat pukul 09.00–17.00 WIB. Melalui jadwal tersebut, penulis telah memenuhi standar ketentuan minimum 640 jam kerja yang diwajibkan dalam Program MBKM Magang Track 1 Universitas Multimedia Nusantara.

Hari	Waktu	Tempat	Pelaksanaan
Senin - Jumat	09.00 – 17.00	Vinilon Building	<i>Work From Office</i> (WFO)

Tabel 1. 1 Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan

Sumber: Data Penulis (2026)

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Menghadiri pengarahan magang daring Prodi Ilmu Komunikasi UMN via Zoom.
- 2) Mengisi KRS magang di *myumn.ac.id* dengan syarat lulus 110 SKS, tanpa nilai D/E dan mengunduh transkrip di *gapura.umn.ac.id*.
- 3) Memiliki kesempatan untuk mengajukan KM-01 lebih dari satu kali melalui pengisian Google Form di e-mail untuk verifikasi tempat magang
- 4) Mengisi dan *submit* formulir KM-01 di *myumn.ac.id* setelah mendapat kepastian tempat magang.
- 5) Mengunduh dan melengkapi berkas administrasi (KM-03, KM-04, dan KM-06).

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

- 1) Proses awal dimulai dengan mengisi data diri pada tautan *Google Form* yang disediakan Iradat Konsultan, serta mengunggah dokumen pelengkap seperti *Curriculum Vitae* (CV) dan portofolio.
- 2) Penulis menjalani tahapan seleksi berupa *interview* bersama perwakilan HRD dan *user* untuk menguji keselarasan antara keahlian penulis dengan kebutuhan posisi yang dilamar.
- 3) Kepastian penerimaan magang diinformasikan oleh *user* melalui pesan WhatsApp pada 20 Januari, yang juga melampirkan petunjuk awal mengenai teknis pelaksanaan kerja magang ke depan.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai Social Media Specialist pada Iradat Konsultan.
- 2) Segala instruksi tugas dan koordinasi informasi dipandu secara langsung oleh *Head Staff Social Media Specialist* yang bertindak sebagai pembimbing lapangan penulis.

D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

- 1) Pembuatan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Ikhsan Mustafa Nur, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan yang dilakukan secara offline di Universitas Multimedia Nusantara serta secara online melalui Zoom Meeting.
- 2) Laporan praktik kerja magang kemudian diserahkan untuk mendapatkan persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.

E. Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui diajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang.