

BAB I

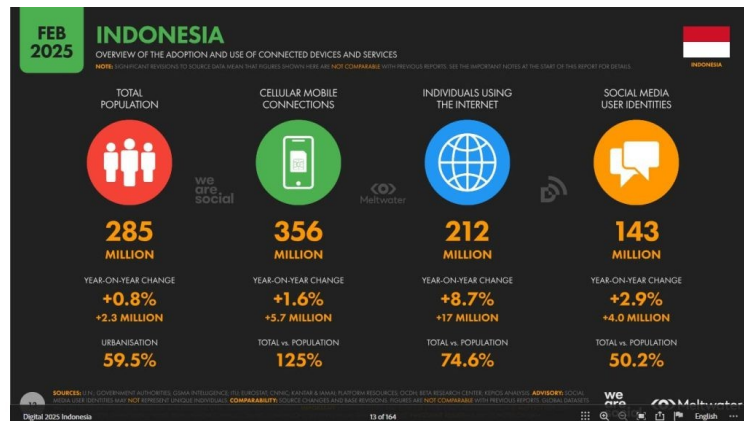
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan yang signifikan terhadap cara perusahaan berkomunikasi dengan konsumennya. Kemajuan teknologi informasi, internet, dan perangkat digital membuat aktivitas komunikasi tidak lagi terbatas pada media konvensional, tetapi semakin bergeser ke berbagai platform digital yang memungkinkan komunikasi berlangsung secara lebih cepat, interaktif, dan luas. Perubahan tersebut turut memengaruhi praktik komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan dalam membangun hubungan dengan konsumen.

Berdasarkan laporan We Are Social dan Meltwater (2025), Indonesia memiliki lebih dari 212 juta pengguna internet atau sekitar 74% dari total populasi. Selain itu, jumlah pengguna aktif media sosial mencapai lebih dari 143 juta pengguna. Data tersebut menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi salah satu saluran komunikasi utama yang digunakan masyarakat Indonesia dalam memperoleh informasi, berinteraksi, serta membangun hubungan dengan berbagai merek dan organisasi.

Tingginya penggunaan internet dan media sosial di Indonesia dapat dilihat melalui data yang dipublikasikan oleh We Are Social dan Meltwater (2025). Data tersebut menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi salah satu kanal komunikasi yang memiliki potensi besar dalam mendukung aktivitas pemasaran digital perusahaan.



Gambar 1. 1 Data Pengguna Internet dan Media Sosial Indonesia Tahun 2025

Sumber: We Are Social & Meltwater (2025)

Berdasarkan Gambar 1.1, tingginya jumlah pengguna internet dan media sosial menunjukkan bahwa perusahaan memiliki peluang yang besar untuk menjangkau audiens melalui berbagai platform digital. Kondisi tersebut menjadikan media sosial sebagai salah satu instrumen penting dalam pelaksanaan komunikasi pemasaran digital.

Pemanfaatan media sosial dalam aktivitas pemasaran terus mengalami peningkatan karena platform tersebut memungkinkan perusahaan berkomunikasi secara langsung dengan audiens. Menurut Kotler, Keller, dan Chernev (2022), komunikasi pemasaran merupakan sarana yang digunakan perusahaan untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen mengenai produk, jasa, maupun merek yang dimiliki. Dalam hal digital, komunikasi pemasaran tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi, tetapi juga menciptakan keterlibatan (*engagement*), membangun hubungan dengan audiens, serta memperkuat citra merek melalui interaksi yang berkelanjutan.

Pengelolaan media sosial saat ini tidak lagi dipahami sebagai aktivitas mengunggah konten semata. Menurut Tuten (2024), media sosial merupakan bagian dari strategi komunikasi yang memungkinkan merek membangun percakapan, komunitas, dan hubungan jangka panjang dengan audiens. Oleh karena itu, pengelolaan media sosial memerlukan proses yang terstruktur mulai dari riset

audiens, penyusunan strategi konten, pengembangan *editorial plan*, produksi konten, publikasi, hingga evaluasi performa berdasarkan data dan *insight* yang diperoleh dari masing-masing platform.

Perkembangan penggunaan media sosial tersebut turut mendorong pertumbuhan industri agensi kreatif dan *digital marketing*. Agensi memiliki peran dalam membantu perusahaan merancang strategi komunikasi, mengembangkan kampanye pemasaran, memproduksi konten digital, serta mengelola berbagai platform media sosial yang digunakan oleh merek. Keberadaan agensi menjadi penting karena perusahaan membutuhkan pendekatan komunikasi yang kreatif, adaptif, dan mampu mengikuti perkembangan perilaku audiens digital yang terus berubah.

Salah satu perusahaan yang bergerak pada bidang tersebut adalah PT Mirabilia Media Indonesia melalui Moonfolks Agency. Moonfolks merupakan hasil transformasi dari M&C Saatchi Indonesia yang melakukan *rebranding* pada tahun 2024 sebagai bagian dari strategi pengembangan identitas perusahaan secara global. Meskipun hadir dengan identitas baru, Moonfolks tetap membawa pengalaman dan kapabilitas yang telah dibangun sebelumnya dalam industri komunikasi, periklanan, dan pemasaran. Sebagai agensi kreatif, Moonfolks menyediakan berbagai layanan komunikasi yang mencakup strategi komunikasi, pengembangan kampanye digital, produksi konten, hingga pengelolaan media sosial untuk berbagai klien.



Gambar 1. 2 Logo Moonfolks Agency

Sumber: Website Resmi Moonfolks (2025)

Gambar 1.2 menunjukkan identitas visual Moonfolks sebagai agensi kreatif yang berfokus pada pengembangan strategi komunikasi dan pemasaran berbasis digital. Keberadaan perusahaan ini menunjukkan bagaimana industri komunikasi terus beradaptasi terhadap perubahan perilaku konsumen dan perkembangan teknologi digital.

Berbeda dengan perusahaan yang hanya menangani satu merek, agensi kreatif memiliki karakteristik pekerjaan yang melibatkan berbagai klien dengan kebutuhan komunikasi yang berbeda. Kondisi tersebut memungkinkan mahasiswa memperoleh pengalaman yang lebih beragam karena harus memahami karakteristik industri, target audiens, serta strategi komunikasi yang berbeda pada setiap klien yang ditangani. Dengan demikian, lingkungan kerja agensi menjadi sarana pembelajaran yang relevan untuk memahami penerapan komunikasi pemasaran digital secara langsung dalam berbagai hal bisnis.

Pemilihan PT Mirabilia Media Indonesia sebagai tempat pelaksanaan kerja magang juga dapat dipertanggungjawabkan secara objektif karena perusahaan memiliki pengalaman dalam menangani berbagai klien dari sektor industri yang berbeda. Keragaman portofolio tersebut memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk mempelajari implementasi strategi komunikasi digital dalam berbagai kategori merek dan kebutuhan bisnis. Dalam pelaksanaan kerja magang, penulis ditempatkan pada posisi *Social Media Specialist*. Posisi ini memiliki tanggung jawab dalam membantu penyusunan editorial plan, pengembangan ide konten, *copywriting*, produksi konten digital, *monitoring* performa media sosial, hingga pelaksanaan kampanye digital untuk berbagai klien yang ditangani perusahaan. Ruang lingkup pekerjaan tersebut memberikan kesempatan bagi penulis untuk memahami secara langsung bagaimana proses komunikasi pemasaran digital direncanakan, dijalankan, dan dievaluasi dalam lingkungan kerja profesional.

Melalui kegiatan kerja magang ini, penulis memperoleh kesempatan untuk mengimplementasikan konsep-konsep yang telah dipelajari selama perkuliahan ke dalam praktik kerja profesional, sekaligus mengamati secara langsung kesenjangan yang muncul antara konsep teoritis dan praktik yang diterapkan di industri.

Pengalaman tersebut diharapkan dapat membantu penulis mengembangkan kemampuan teknis maupun nonteknis yang dibutuhkan dalam dunia kerja. Oleh karena itu, penulis menyusun laporan magang dengan judul “Peran Social Media Specialist dalam Pengelolaan dan Pengembangan Konten Media Sosial pada PT Mirabilia Media Indonesia”.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja

Kegiatan kerja magang merupakan bagian dari proses pembelajaran yang memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk memperoleh pengalaman kerja secara langsung di lingkungan profesional. Melalui kegiatan ini, mahasiswa tidak hanya menerapkan teori yang telah dipelajari selama perkuliahan, tetapi juga memperoleh pemahaman mengenai kondisi kerja yang sesungguhnya dalam industri. Selain itu, kegiatan magang menjadi sarana bagi mahasiswa untuk mengidentifikasi kesesuaian maupun perbedaan antara konsep yang dipelajari di lingkungan akademik dengan praktik yang diterapkan di dunia kerja.

Maksud dilaksanakannya kerja magang di PT Mirabilia Media Indonesia adalah untuk memahami secara langsung proses pengelolaan komunikasi pemasaran digital pada sebuah agensi kreatif, khususnya dalam pengelolaan media sosial. Selain itu, kegiatan magang ini juga bertujuan untuk memberikan pengalaman praktis kepada penulis dalam mengembangkan kompetensi profesional yang dibutuhkan dalam industri komunikasi digital. Adapun tujuan pelaksanaan kerja magang ini adalah sebagai berikut:

1. Mengimplementasikan konsep dan teori komunikasi pemasaran digital yang telah dipelajari selama perkuliahan ke dalam praktik kerja profesional.
2. Memahami proses pengelolaan media sosial dalam sebuah agensi kreatif, mulai dari perencanaan strategi konten, produksi konten, publikasi, hingga evaluasi performa konten.
3. Menganalisis kesesuaian serta perbedaan antara konsep yang dipelajari selama perkuliahan dengan praktik yang diterapkan dalam industri komunikasi digital.

4. Mengembangkan kemampuan teknis (*hard skills*) dalam bidang *content planning, copywriting, content creation, content production, social media management*, dan *digital campaign management*.
5. Mengembangkan kemampuan nonteknis (*soft skills*) seperti komunikasi interpersonal, kerja sama tim, manajemen waktu, pemecahan masalah, serta kemampuan beradaptasi dalam lingkungan kerja profesional.

1.3 Deskripsi Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja

Kegiatan kerja magang dilaksanakan sebagai bagian dari *Career Acceleration Program* Universitas Multimedia Nusantara yang bertujuan memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk memperoleh pengalaman kerja secara langsung di dunia profesional. Melalui program ini, mahasiswa tidak hanya mengimplementasikan konsep yang diperoleh selama perkuliahan, tetapi juga memahami dinamika kerja yang terjadi dalam industri. Dalam pelaksanaannya, penulis mengikuti sistem kerja, prosedur operasional, serta pola koordinasi yang berlaku di PT Mirabilia Media Indonesia (Moonfolks Agency).

Selama menjalani kegiatan kerja magang, penulis ditempatkan pada posisi *Social Media Specialist Intern* di bawah supervisi langsung *Social Media Executive*. Posisi tersebut memiliki peran dalam mendukung pengelolaan media sosial klien melalui kegiatan perencanaan konten, penyusunan editorial plan, pengembangan ide kreatif, *copywriting*, produksi konten, *monitoring* performa konten, serta pelaksanaan aktivitas kampanye digital. Dalam pelaksanaannya, pekerjaan tidak dilakukan secara individual, melainkan melibatkan koordinasi dengan berbagai pihak seperti tim kreatif, tim strategi, *account team*, dan pihak klien. Oleh karena itu, kemampuan komunikasi, koordinasi, serta adaptasi terhadap kebutuhan proyek menjadi aspek penting dalam pelaksanaan pekerjaan sehari-hari.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja

Kegiatan kerja magang dilaksanakan selama kurang lebih empat bulan, terhitung sejak Januari 2026 hingga Juni 2026. Selama periode tersebut, penulis menjalankan kegiatan kerja selama lima hari kerja dalam satu minggu, yaitu dari

hari Senin sampai Jumat. Jam operasional kerja berlangsung mulai pukul 08.00 WIB hingga 18.00 WIB dengan waktu istirahat pada pukul 12.00 WIB hingga 13.00 WIB. Dengan demikian, total jam kerja efektif yang dijalankan setiap harinya adalah sembilan jam. Selain menjalankan tugas yang bersifat individual, penulis juga mengikuti berbagai aktivitas kerja tim seperti *briefing*, *brainstorming* ide konten, diskusi *editorial plan*, *internal review*, serta *meeting* bersama klien sesuai kebutuhan proyek yang sedang berjalan.

Sistem kerja yang diterapkan oleh perusahaan bersifat *hybrid working*, yaitu kombinasi antara *Work From Office* (WFO) dan *Work From Home* (WFH). Penulis memperoleh kesempatan untuk melaksanakan WFH sebanyak satu kali dalam satu minggu, sedangkan hari kerja lainnya dilakukan secara WFO di kantor PT Mirabilia Media Indonesia yang berlokasi di Menara Sentraya, Jakarta Selatan. Sistem kerja tersebut memungkinkan proses koordinasi berjalan secara fleksibel tanpa mengurangi efektivitas pelaksanaan pekerjaan.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja

A. Proses Administrasi Kampus Universitas Multimedia Nusantara

1. Penulis mengikuti kegiatan pembekalan kerja magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara, baik secara daring maupun luring sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
2. Penulis melakukan pengisian Kartu Rencana Studi (KRS) untuk mata kuliah *internship* melalui laman myumn.ac.id, dengan memenuhi persyaratan minimal telah menempuh 90 SKS serta tidak memiliki nilai D maupun E.
3. Penulis mengajukan formulir KM-01 melalui Google *Form* sebagai tahap verifikasi awal terkait kesesuaian tempat magang dengan ketentuan yang telah ditetapkan oleh kampus.
4. Setelah proses verifikasi, penulis memperoleh persetujuan dari Ketua Program Studi dalam bentuk KM-02, yaitu Surat Pengantar Magang.

5. Penulis kemudian mengisi serta mengunggah kembali formulir KM-01 melalui sistem prostep.umn.ac.id setelah mendapatkan perusahaan tempat pelaksanaan kerja magang.
6. Penulis mengunduh dan melengkapi berbagai dokumen pendukung kerja magang yang meliputi:
 - a. KM-03 (Kartu Kerja Magang)
 - b. KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang)
 - c. KM-05 (Formulir Laporan Realisasi Kerja Magang)
 - d. KM-06 (Form Penilaian Kerja Magang)
 - e. KM-07 (Tanda Terima Penyerahan Laporan)
 - f. KM-08 (Lembar Penilaian Laporan dan Ujian)
 - g. KM-09 (Lembar Pernyataan Tidak Melakukan Plagiat)

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

Setelah menyelesaikan proses administrasi dari pihak kampus, penulis melanjutkan dengan proses pencarian tempat kerja magang yang sesuai dengan minat di bidang komunikasi pemasaran digital, khususnya dalam pengelolaan media sosial. Penulis kemudian mengajukan lamaran ke beberapa perusahaan yang bergerak di bidang agensi kreatif, salah satunya adalah Moonfolks Agency.

Proses pengajuan dilakukan dengan mengirimkan *Curriculum Vitae* (CV) serta portofolio yang berisi contoh konten media sosial yang pernah dibuat oleh penulis. Setelah melalui tahap seleksi administrasi, penulis mengikuti proses wawancara yang dilakukan secara daring. Pada tahap ini, penulis diminta untuk menjelaskan pengalaman, kemampuan, serta pemahaman terkait tren media sosial dan strategi konten digital. Berdasarkan hasil seleksi tersebut, penulis dinyatakan diterima untuk melaksanakan kerja magang di PT Mirabilia Media Indonesia sebagai Social Media Specialist. Selanjutnya, penulis menerima informasi resmi terkait jadwal pelaksanaan kerja serta ketentuan yang berlaku selama periode magang.

C. Proses Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang dilakukan sesuai dengan sistem kerja yang diterapkan oleh perusahaan, yaitu secara hybrid dengan kombinasi *Work From Office* (WFO) dan *Work From Home* (WFH). Dalam menjalankan aktivitas kerja, penulis mengikuti alur kerja yang bersifat kolaboratif dan dinamis.

Kegiatan kerja diawali dengan proses perencanaan konten melalui riset tren media sosial dan diskusi ide bersama tim. Penulis kemudian terlibat dalam penyusunan konsep konten, pembuatan script, serta pengelompokan konten berdasarkan *content pillar*. Selain itu, penulis juga melakukan koordinasi dengan tim kreatif terkait kebutuhan visual dan produksi konten. Dalam tahap produksi, penulis turut berpartisipasi dalam kegiatan *shooting*, termasuk melakukan *briefing* terhadap *talent* serta membantu proses pengambilan *footage*. Setelah proses produksi, penulis melakukan *editing* ringan serta seleksi materi konten sebelum masuk ke tahap revisi berdasarkan masukan dari tim internal.

Konten yang telah direvisi kemudian melalui tahap *quality control* sebelum dijadwalkan untuk dipublikasikan. Penulis juga membantu dalam proses penjadwalan konten serta memastikan kesiapan materi sebelum dipublikasikan di media sosial. Setelah konten dipublikasikan, penulis melakukan pemantauan terhadap performa konten, seperti tingkat *engagement* dan jangkauan *audiens*. Hasil evaluasi tersebut digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengembangan konten selanjutnya.

D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

Penyusunan laporan praktik kerja magang dilakukan secara bertahap selama dan setelah pelaksanaan kegiatan magang. Penulis mengumpulkan berbagai data dan informasi yang diperoleh selama kegiatan berlangsung, baik berupa pengalaman kerja, hasil observasi, maupun dokumentasi kegiatan. Selanjutnya, penulis menyusun laporan sesuai dengan sistematika yang

telah ditentukan oleh Universitas Multimedia Nusantara, yang meliputi bagian pendahuluan, gambaran umum perusahaan, serta uraian pelaksanaan kerja. Dalam proses penyusunan laporan, penulis juga melakukan bimbingan secara berkala dengan dosen pembimbing, yaitu Ibu Siti Fifthya Mauldina, S.Sos., M.Si., untuk mendapatkan arahan dan masukan.

Setelah laporan selesai disusun, penulis melakukan pengecekan ulang terhadap isi dan format penulisan, termasuk pengecekan tingkat kesamaan (*similarity*) sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Laporan yang telah direvisi kemudian dikumpulkan sebagai bentuk pertanggungjawaban atas pelaksanaan kerja magang yang telah dilakukan.

