

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media sosial telah menjadi salah satu sarana komunikasi yang berperan penting dalam aktivitas pemasaran perusahaan. Seiring dengan perkembangan teknologi digital, media sosial tidak hanya dimanfaatkan sebagai platform komunikasi, tetapi juga sebagai media untuk membangun hubungan dengan konsumen, memperkenalkan produk, serta meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*). Data We Are Social dan Hootsuite (2023) menunjukkan bahwa terdapat sekitar 167 juta pengguna media sosial aktif di Indonesia. Jumlah tersebut menempatkan Indonesia sebagai salah satu negara dengan tingkat penggunaan media sosial tertinggi di dunia. Kondisi ini membuka peluang yang besar bagi perusahaan untuk memanfaatkan media sosial sebagai bagian dari strategi komunikasi pemasaran melalui berbagai platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube.

Pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran tidak terlepas dari pentingnya konten digital yang mampu menarik perhatian target audiens. Konten yang kreatif, relevan, dan konsisten menjadi faktor penting dalam membangun hubungan dengan konsumen, meningkatkan *engagement*, serta memperkuat posisi merek di benak masyarakat. Menurut Kotler dan Keller (2016), strategi pemasaran yang efektif tidak hanya berfokus pada penjualan produk, tetapi juga pada penciptaan nilai serta hubungan jangka panjang dengan konsumen melalui komunikasi yang tepat. Oleh karena itu, perusahaan perlu menghasilkan konten yang mampu memenuhi kebutuhan informasi sekaligus membangun pengalaman positif bagi konsumennya.

PT Ravalindo Megah Perkasa merupakan perusahaan yang memanfaatkan media sosial sebagai salah satu strategi komunikasi pemasaran untuk memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan interaksi dengan konsumennya. Dalam

mendukung aktivitas tersebut, perusahaan membentuk tim *Social Media Marketing* yang bertanggung jawab merencanakan, memproduksi, mengelola, dan mengevaluasi konten digital bagi beberapa merek yang berada di bawah naungan perusahaan, seperti Smoothskin, Repit, dan Tescom. Melalui pemanfaatan media sosial, perusahaan berupaya membangun citra merek serta meningkatkan keterlibatan konsumen melalui penyajian konten yang sesuai dengan karakteristik masing-masing merek.

Dalam pelaksanaan aktivitas tersebut, peran *content creator* menjadi semakin penting karena tidak hanya bertanggung jawab memproduksi konten, tetapi juga menyusun ide kreatif, merancang *content planner*, membuat *content brief*, melakukan proses produksi dan penyuntingan konten, menyusun *copywriting*, hingga mengevaluasi performa konten yang telah dipublikasikan. Seluruh proses tersebut merupakan bagian dari strategi *Content Marketing*.

Menurut Kotler et al. (2017), *Content Marketing* merupakan pendekatan pemasaran yang dilakukan melalui penciptaan, distribusi, dan pengelolaan konten yang bernilai serta relevan untuk menarik dan mempertahankan target audiens. Konsep ini terdiri atas enam tahapan, yaitu *content planning*, *content creation*, *content distribution*, *content amplification*, *content marketing evaluation*, dan *content marketing improvement*. Keenam tahapan tersebut menjadi perspektif utama yang digunakan penulis dalam menganalisis pelaksanaan aktivitas magang sebagai *Content Creator Intern* di PT Ravalindo Megah Perkasa.

Program magang di PT Ravalindo Megah Perkasa dipilih karena sesuai dengan minat dan latar belakang akademik penulis di bidang Ilmu Komunikasi, khususnya komunikasi pemasaran dan media digital. Melalui program magang ini, penulis memperoleh kesempatan untuk mengimplementasikan pengetahuan yang diperoleh selama perkuliahan ke dalam dunia kerja, sekaligus memahami secara langsung proses perencanaan, produksi, distribusi, dan evaluasi konten digital dalam lingkungan profesional.

Selama menjalani program magang, penulis memperoleh pengalaman praktis dalam mengelola konten media sosial, memahami penerapan strategi *Content*

Marketing, meningkatkan kemampuan komunikasi, kreativitas, kerja sama tim, serta keterampilan teknis dalam proses produksi konten digital. Pengalaman tersebut memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai peran *Content Creator Intern* dalam mendukung strategi komunikasi pemasaran perusahaan.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja

Kegiatan magang ini dimaksudkan untuk memberikan pengalaman langsung kepada penulis dalam menerapkan ilmu yang telah dipelajari selama perkuliahan, khususnya di bidang komunikasi dan *content creation*. Melalui program ini, penulis mendapatkan pengalaman nyata mengenai proses kerja di industri pemasaran digital, Kegiatan tersebut mencakup proses perencanaan ide konten, pembuatan dan pengembangan materi konten, serta publikasi dan distribusi konten melalui berbagai platform media sosial untuk mendukung kebutuhan promosi berbagai merek yang dikelola oleh PT Ravalindo Megah Perkasa. Adapun tujuan dari pelaksanaan program magang di PT. Ravalindo Megah Perkasa pada Departemen *Social Media Marketing* adalah sebagai berikut :

1. Mengikuti secara langsung proses kerja di PT Ravalindo Megah Perkasa untuk memahami implementasi strategi pemasaran digital dalam pengelolaan media sosial perusahaan, termasuk proses perencanaan, produksi, pengelolaan, dan evaluasi konten digital pada berbagai brand dengan karakteristik dan target audiens yang berbeda.
2. Menganalisis penerapan konsep *Content Marketing* menurut Kotler et al. (2017) dalam aktivitas *content planning*, *content creation*, *content distribution*, *content amplification*, *content marketing evaluation*, dan *content marketing improvement* selama pelaksanaan kerja magang.
3. Mengembangkan kompetensi profesional melalui peningkatan kemampuan komunikasi, kreativitas, kerja sama tim, koordinasi, serta kemampuan beradaptasi dengan budaya kerja di industri pemasaran digital.

Dengan tercapainya tujuan-tujuan tersebut, penulis berharap dapat memperoleh wawasan yang lebih luas mengenai industri pemasaran digital serta mengembangkan kompetensi yang relevan dengan dunia kerja, khususnya dalam bidang *content creation* dan strategi pemasaran berbasis media sosial. Pengalaman ini diharapkan menjadi bekal yang berharga bagi penulis dalam memasuki dunia kerja di masa yang akan datang.

1.3 Deskripsi Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja

Pelaksanaan kerja magang di PT Ravalindo Megah Perkasa berlangsung selama periode Februari hingga Mei 2026. Penulis bekerja dengan sistem hybrid, yaitu kombinasi antara *work from office* (WFO) dan *work from home* (WFH). Penulis datang ke kantor sebanyak satu kali dalam seminggu, sedangkan hari lainnya bekerja secara fleksibel dari rumah atau lokasi lain.

Jam kerja yang berlaku adalah pukul 08.45 hingga 17.45 WIB. Selama jam kerja tersebut, penulis menjalankan tugas sebagai content creator yang mencakup pembuatan ide konten, produksi video, proses editing, serta revisi konten sesuai dengan arahan supervisor.

Prosedur pelaksanaan kerja dimulai dari proses pengajuan lamaran magang ke PT Ravalindo Megah Perkasa. Setelah melalui proses seleksi, penulis dinyatakan diterima dan mulai melaksanakan kegiatan magang pada tanggal 2 Februari 2026. Pada hari pertama, penulis melakukan pengenalan dengan tim, mendapatkan penjelasan mengenai jobdesk, serta menerima brand knowledge terkait tiga brand yang ditangani, yaitu Repit, Tescom, dan Smoothskin.

Selama pelaksanaan magang, ketika menjalani WFO, penulis melakukan diskusi langsung dengan supervisor, menyampaikan update pekerjaan, melakukan brainstorming ide konten, serta produksi konten seperti shooting dan editing. Selain itu, penulis juga mendapatkan pembelajaran langsung terkait penggunaan produk untuk menunjang pembuatan konten yang lebih sesuai.

Sementara itu, pada hari kerja secara *remote*, penulis lebih berfokus pada riset tren konten, pengembangan ide, penulisan script, serta proses editing video. Setiap

hasil pekerjaan kemudian dikumpulkan dan dievaluasi secara berkala oleh supervisor untuk memastikan kesesuaian dengan kebutuhan brand.

Kegiatan magang ini berlangsung hingga bulan Mei 2026, di mana penulis telah menyelesaikan seluruh rangkaian kegiatan kerja dan memperoleh pengalaman praktis di bidang *content creation*, khususnya dalam mengelola konten untuk beberapa brand dalam satu perusahaan.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja

Pelaksanaan kerja magang di PT Ravalindo Megah Perkasa berlangsung selama periode Februari hingga Mei 2026. Selama periode tersebut, penulis menjalankan kegiatan magang dengan sistem kerja *hybrid*, yaitu kombinasi antara *work from office* (WFO) dan *work from home* (WFH).

Jam kerja yang diterapkan mengikuti jam operasional perusahaan, yaitu dimulai dari pukul 08.45 hingga 17.45 WIB. Hari kerja berlangsung dari hari Senin hingga Jumat. Selama jam kerja, penulis diwajibkan untuk tetap aktif mengerjakan tugas yang diberikan serta menjaga komunikasi dengan supervisor terkait progres pekerjaan.

Ketentuan kehadiran di kantor (WFO) dilakukan sebanyak satu kali dalam satu minggu, sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan oleh perusahaan. Pada saat WFO, penulis melakukan aktivitas seperti diskusi langsung dengan supervisor, brainstorming ide konten, serta produksi konten seperti shooting dan editing.

Sementara itu, pada hari lainnya penulis melaksanakan pekerjaan secara WFH atau *remote working*, yang dapat dilakukan dari rumah atau lokasi lain. Pada saat WFH, penulis lebih berfokus pada riset tren, pengembangan ide konten, penulisan script, serta proses editing video.

Dengan sistem kerja yang fleksibel ini, penulis tetap dapat menjalankan seluruh tanggung jawab pekerjaan dengan baik serta menyesuaikan alur kerja sesuai dengan kebutuhan tim dan perusahaan.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja

Prosedur pelaksanaan kerja magang di PT Ravalindo Megah Perkasa dimulai dari proses pengajuan tempat magang oleh penulis. Penulis terlebih dahulu mencari informasi mengenai perusahaan yang relevan dengan bidang yang diminati, yaitu *content creation* dan *digital marketing*, kemudian mengajukan lamaran magang ke PT Ravalindo Megah Perkasa.

Setelah mengirimkan lamaran, penulis menerima panggilan dari pihak perusahaan untuk mengikuti tahap seleksi. Tahapan ini meliputi wawancara yang bertujuan untuk mengetahui latar belakang, minat, serta kemampuan penulis, khususnya dalam bidang pembuatan konten. Selain itu, penulis juga diminta untuk menunjukkan portofolio atau hasil karya yang pernah dibuat sebagai bahan pertimbangan.

Setelah melalui proses wawancara dan seleksi, penulis dinyatakan diterima untuk melaksanakan kegiatan magang di PT Ravalindo Megah Perkasa. Penulis kemudian mulai bekerja pada tanggal 2 Februari 2026.

Pada hari pertama, penulis melakukan pengenalan dengan tim, menerima penjelasan terkait jobdesk, serta mendapatkan brand knowledge mengenai produk dan karakter dari masing-masing brand yang ditangani, yaitu Repit, Tescom, dan Smoothskin. Selanjutnya, penulis mulai menjalankan tugas sesuai dengan arahan supervisor, baik saat bekerja di kantor maupun secara remote.

Selama pelaksanaan kerja, penulis secara rutin melakukan koordinasi, mengerjakan tugas yang diberikan, serta mengikuti evaluasi untuk meningkatkan kualitas pekerjaan. Prosedur ini berlangsung hingga akhir masa magang, di mana penulis telah menyelesaikan seluruh rangkaian kegiatan kerja sesuai dengan ketentuan yang berlaku di perusahaan.