

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada zaman dimana komunikasi serba cepat, nyaris setiap individu memiliki perangkat elektronik yang dapat mengirim dan menerima pesan yang sudah menjadi berbagai bentuk (teks, audio, visual, video). Kenyataan ini mendorong seluruh industri yang memerlukan pemasaran dalam bisnisnya untuk beradaptasi ke komunikasi di platform digital (Kotler, 2016). Komunikasi pemasaran (*Marketing Communication*) di bidang digital kini selalu digunakan sebab banyaknya pengguna yang potensial menerima pesan pemasaran dengan hambatan lebih minim dibandingkan pemasaran tradisional semacam papan iklan, spanduk, dan sebagainya. Kini media sosial menjadi salah satu pusat informasi yang mudah diperoleh bagi masyarakat.

Digital marketing adalah penggunaan medium *digital* untuk mempromosikan bisnis atau produk, secara umum medium *digital* itu adalah internet. Salah satu bentuk pemasaran di dunia yang paling memiliki pengaruh adalah *digital marketing* itu sendiri (M. McDonald, 2019). *Digital marketing* tersebut tentunya akan bersinggungan dengan media sosial. Media sosial adalah bentuk komunikasi yang dilakukan secara dalam jaringan (*daring*) sehingga tidak lagi terbatas jarak dan waktu untuk saling mengirim dan menerima pesan antara individu. (M. McDonald, 2019).

Pemasaran yang dilakukan di media sosial umum dikenal sebagai *content marketing*. *Content marketing* adalah pemasaran yang menggunakan karya tulisan, sampai audio & visual. Contoh-contoh medium konten yang dimanfaatkan seperti *email blast*, *blog post*, *post* media sosial dan lain-lain (Thorn, 2023).

Fast-Moving Consumer Goods (FMCG) adalah kategori produk konsumen yang memiliki tingkat perputaran penjualan tinggi, harga relatif rendah, dan dipasarkan secara massal, di mana keberhasilan bisnisnya sangat bergantung pada efisiensi distribusi, kekuatan merek, serta volume penjualan, bukan *margin* per unit (Leach, 2022). PT Gumindo Bogamanis adalah Perusahaan *Fast-Moving Consumer Goods* yang sudah berdiri puluhan tahun dan produknya hingga kini tersebar di berbagai daerah di Indonesia. Kepercayaan konsumen pada PT Gumindo Bogamanis dapat dilihat dari positifnya posisi produk PT Gumindo Bogamanis yaitu Kuaci Rebo di pasar kuaci/biji bunga matahari siap konsumsi. Sebagai perusahaan FMCG, PT Gumindo Bogamanis telah berusaha beradaptasi dengan perkembangan media *digital* sekaligus teknologi saat ini. Salah satunya membuat dan

menggunakan media sosial Kuaci Rebo sebagai alat komunikasi baik dari sisi menerima informasi maupun menyampaikan informasi. Hal ini dilakukan guna mempertahankan relevansi perusahaan dan menjangkau target pasar yang lebih luas dan kompleks

PT Gumindo Bogamanis dalam upayanya memanfaatkan media sosial untuk pemasaran aktif menggunakan strategi pembuatan konten visual hingga audio-visual sehingga ditemukan urgensi pentingnya posisi *Content Creator* dalam perusahaan (Panuju, 2019). Melalui program magang yang dijalani di PT Gumindo Bogamanis, telah didapatkan kesempatan terlibat secara langsung dalam proses membuat konten *digital* untuk pemasaran. Program magang sebagai *Content Creator Intern* yang telah dijalani diharapkan memberikan wawasan dan ilmu lebih luas tentang penggunaan media sosial sebagai jembatan perusahaan ke konsumen secara langsung.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang yang saya lakukan di PT Gumindo Bogamanis memiliki maksud untuk mendapatkan gambaran aktivitas dunia kerja sebagai *content creator digital marketing* terhadap perusahaan perhiasan. Secara khusus, aktivitas pelaksanaan magang ini memiliki tujuan sebagai:

1. Mengetahui peran dan cara kerja *content creator digital marketing* di PT Gumindo Bogamanis.
2. Mengetahui kendala dan kerumitan yang terjadi dan cara mengatasi kendala tersebut dalam dunia kerja, terutama dalam bidang *content creator digital marketing*
3. Memperoleh wawasan, pengalaman praktek serta relasi dalam dunia profesional.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang dilakukan pada April sampai September 2025, sesuai dengan ketentuan yang ada pada panduan MBKM Magang *Track 1* dan arahan dari Program Studi, pelaksanaan magang di PT Gumindo Bogamanis berlangsung selama 5 bulan dengan durasi waktu minimal 640 jam kerja. Adapun periode magang dimulai pada Selasa, 9 April 2025 di lokasi kantor beralamat Karawaci Office Park blok Excelis no. 27-

28, Tangerang, Banten dengan jadwal sebagai berikut:

Hari kerja: Senin-Jumat

Jam kerja: 08.00-17.00

Sistem kerja: *WFO (Work From Office)*

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN via luring di *Lecture Theatre*.
- 2) Mengisi KRS *internship* di my.umn.ac.id dengan syarat telah menempuh 90 sks dan tidak ada nilai D & E. Serta mengajukan transkrip nilai sebelum magang di www.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 yang memenuhi persyaratan dan mendapat persetujuan dalam bentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang) dari Kepala Program Studi.
- 4) Mengisi dan submit form KM-01 pada myumn.ac.id jika sudah mendapat perusahaan atau lembaga yang sesuai.
- 5) Mengisi KRS *internship* di myumn.ac.id dengan syarat telah menempuh 90 sks dan tidak ada nilai D & E. Serta mengajukan transkrip nilai sebelum magang di www.gapura.umn.ac.id.
- 6) Memiliki kesempatan untuk mengajukan KM-01 lebih dari satu kali melalui pengisian *Google Form* di *e-mail* untuk verifikasi tempat magang yang memenuhi persyaratan dan mendapat persetujuan dalam bentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang) dari Kepala Program Studi.
- 7) Mengisi dan *submit form* KM-01 pada my.umn.ac.id jika sudah mendapat perusahaan atau lembaga yang sesuai.
- 8) Selanjutnya, mengunduh form KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang), KM-05 (Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang), KM- 06 (Penilaian Kerja Magang), KM-07 (Verifikasi Laporan Magang) untuk kebutuhan proses pembuatan laporan magang.

- 9) Mengisi KRS *internship* di myumn.ac.id dengan syarat telah menempuh 90 sks dan tidak ada nilai D & E. Serta mengajukan transkrip nilai sebelum magang di www.gapura.umn.ac.id.
 - 10) Memiliki kesempatan untuk mengajukan KM-01 lebih dari satu kali melalui pengisian *Google Form* di *e-mail* untuk verifikasi tempat magang yang memenuhi persyaratan dan mendapat persetujuan dalam bentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang) dari Kepala Program Studi.
 - 11) Mengisi dan *submit form* KM-01 pada myumn.ac.id jika sudah mendapat perusahaan atau lembaga yang sesuai.
 - 12) Selanjutnya, mengunduh *form* KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang), KM-05 (Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang), KM-06 (Penilaian Kerja Magang), KM-07 (Verifikasi Laporan Magang) untuk kebutuhan proses pembuatan laporan magang.
- B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang
- 1) Proses pengajuan praktik kerja magang dengan mengirim *Curriculum Vitae (CV)* pada tanggal 14 Maret 2025 melalui *email*.
 - 2) Proses *interview* untuk praktik kerja magang di PT Gumindo Bogamanis dengan menerima pesan undangan *interview* melalui *Whatsapp* perusahaan pada tanggal 18 Maret 2025 dan *interview* kedua di tanggal 24 Maret 2025. Serta mendapat surat penerimaan praktik kerja magang pada tanggal 9 April 2024 yang ditanda tangani oleh *Human Resources Admin*, Ibu Keissie Suherni.
- C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang
- 1) Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai *content creator & social media specialist*
 - 2) Penugasan dan kebutuhan informasi, didampingi langsung oleh *Senior Brand Executive* Ibu Rani Fitra Zahra selaku Pembimbing Lapangan.
 - 3) Pengisian dan penandatanganan *form* KM-03 sampai KM-07 dilakukan pada saat proses praktik kerja magang berlangsung dan mengajukan lembar penilaian kerja magang (KM-06) kepada Pembimbing Lapangan pada akhir periode magang.
- D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

- 1) Pembuatan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Ibu Intan Primadini selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan luring.
 - 2) Laporan praktik kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.
 - 3) Pengisian dan penandatanganan *form* KM-03 sampai KM- 07 dilakukan pada saat proses praktik kerja magang berlangsung dan mengajukan lembar penilaian kerja magang (KM-06) kepada Pembimbing Lapangan pada akhir periode magang.
 - 4) Pengisian dan penandatanganan *form* KM-03 sampai KM- 07 dilakukan pada saat proses praktik kerja magang berlangsung dan mengajukan lembar penilaian kerja magang (KM-06) kepada Pembimbing Lapangan pada akhir periode magang.
- E. Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui diajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang.

UMN