

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Di zaman modern ini, perkembangan teknologi sangatlah cepat. Teknologi telah menjadi bagian terpenting dari kehidupan manusia. Hampir dari segala aspek di kehidupan manusia membutuhkan bantuan dari teknologi. Teknologi berkembang seiring dengan kebutuhan manusia akan teknologi untuk digunakan dalam membuat kehidupan manusia menjadi lebih mudah. Kemudahan yang diberikan oleh teknologi ini membuat manusia menjadi membutuhkan teknologi untuk menjalani kehidupan sehari-hari, bukan hanya sebagai pelengkap saja. Manusia terus membuat inovasi-inovasi baru untuk mengembangkan teknologi, yang bertujuan untuk digunakan dalam berbagai macam aktivitas manusia. Hasil dari teknologi adalah seperti telepon genggam, televisi, komputer dan lainnya, yang memudahkan manusia untuk bertukar pesan terhadap sesama dan untuk mendapatkan informasi sebanyak mungkin yang dapat diraih dalam media dan juga sosial media. Perkembangan teknologi memungkinkan manusia untuk bergerak lebih cepat lagi.

Sebagai makhluk sosial, manusia pasti membutuhkan orang lain untuk berkomunikasi. Menurut Harold D. Laswell, berkomunikasi merupakan sebuah kebutuhan manusia yang paling mendasar, karena manusia membutuhkan fungsi komunikasi sebagai cara untuk manusia melakukan sosialisasi dan juga mencari

informasi (Cangara, 2009). Teknologi memudahkan manusia untuk memenuhi kebutuhan itu dengan melahirkan berbagai kemudahan dalam berkomunikasi, seperti dikembangkannya telepon genggam dengan segala fitur kecanggihannya; internet, radio, hingga televisi. Hampir dari seluruh kegiatan komunikasi yang menggunakan teknologi sebagai alat yang mempermudah prosesnya, teknologi tersebut menggunakan internet untuk mendukung kemajuan dari teknologi yang ada. Internet telah menjadi bagian yang terpenting juga di kehidupan manusia dalam zaman modern ini. Internet berperan besar dalam kehidupan manusia, karena hampir seluruh kegiatan manusia seperti contohnya sekolah dan bekerja, memerlukan adanya internet untuk beroperasi dengan baik. Internet sangat dibutuhkan oleh manusia karena internet adalah salah satu penyedia informasi yang lengkap bagi seluruh orang di dunia dengan tidak mengenal batas.

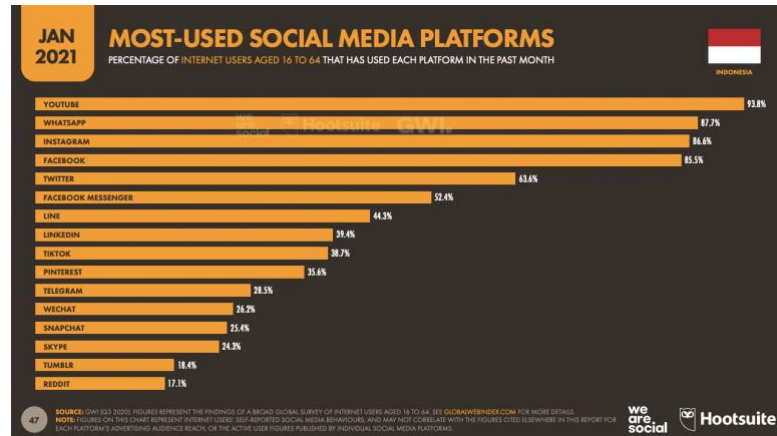
Internet dapat diakses dan diterima oleh semua orang berdasarkan jaringan yang ada. Pertumbuhan penggunaan internet terus berkembang secara pesat di dunia, khususnya di Indonesia. Menurut data dari Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, pengguna internet di Indonesia pada tahun 2021 mencapai 202,6 juta pengguna (KOMINFO, 2021). Masyarakat Indonesia yang menggunakan media sosial sebanyak 202,6 juta orang, yang menandakan bahwa banyak sekali masyarakat Indonesia yang menggunakan media sosial dalam sehari-harinya. Selain itu, menurut riset dari Facebook dan Bain and Company yang dilakukan pada bulan Agustus 2021, data menunjukkan bahwa sebanyak 165 juta penduduk Indonesia adalah *digital consumer* atau konsumen digital (Facebook & Bain & Company, 2020). Hal tersebut

menunjukkan bahwa hampir seluruh rakyat Indonesia telah dapat mengakses dan menggunakan internet dengan teknologi yang mendukung. Internet juga tidak bisa dipungkiri memiliki peran besar, yang bahkan dapat membentuk suatu hal baru di dalam masyarakat luas itu sendiri. Masyarakat luas dapat secara langsung merasakan berbagai dampak yang diberikan oleh internet.

Perkembangan dari perpaduan teknologi dan internet tentunya sangat berpengaruh kedalam berbagai aspek kehidupan, seperti aspek ekonomi, politik, sosial-budaya, dan lainnya. Internet dan teknologi telah menghasilkan berbagai hal baru yang dapat dirasakan oleh masyarakat dunia dan telah menjadi bagian yang penting di dalam kehidupan manusia. Berbagai aktivitas manusia hanya dapat dilakukan dengan pengantara dari teknologi dan internet. Perpaduan teknologi dan internet menghasilkan salah satu hal sebagai contohnya yaitu media sosial. Media sosial merupakan sebuah tempat atau media untuk manusia melakukan interaksi dengan yang lainnya tanpa ada Batasan ruang dan waktu secara online. Media sosial seringkali menjadi sebuah identitas dari seseorang pengguna media sosial tersebut. Media sosial mempunyai berbagai jenis; seperti dapat berbentuk sebagai layanan atau sebagai alat *entertain*. Media sosialpun telah menjadi budaya populer di tengah masyarakat. Terdapat berbagai contoh media sosial yang populer di masyarakat; seperti Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, dan lainnya. Media sosial tersebut dapat digunakan menjadi sebuah platform bagi masyarakat untuk membuat sebuah komunitas, berbagi informasi satu sama lain, membangun sebuah hubungan baru, mengemukakan atau menyuarakan pendapat, menyatakan atau membuat sebuah identitas, bertukar opini dan pikiran,

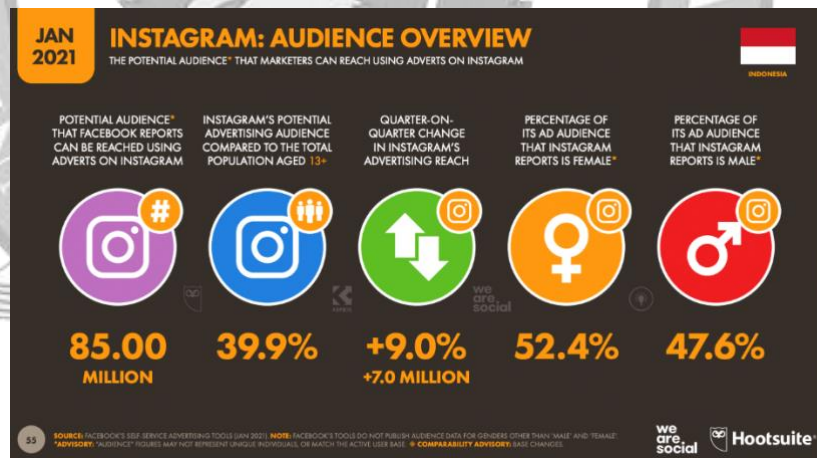
membuat pergerakan sosial, melakukan proses jual-beli, dan berjuta-juta aktivitas lainnya yang dapat dilakukan manusia dengan menggunakan sosial media tersebut. Hampir seluruh masyarakat di dunia mempunyai akun media sosial. Terutama di Indonesia, mempunyai akun sosial media adalah salah satu hal yang ‘diharuskan’, karena lewat media sosial tersebut manusia dapat berinteraksi dan berkomunikasi lebih lanjut. Internet, teknologi, dan media sosial yang berkembang secara pesat dan meluas serta telah menjadi sebuah aspek penting bagi manusia, membuat adanya pertumbuhan signifikan akan internet, teknologi, dan media sosial. Oleh karena itu, banyak individu maupun perusahaan yang menjalankan bisnis mereka secara digital, melihat tingginya aktivitas di sosial media bagi masyarakat.

Salah satu *platform* media sosial yang paling banyak memiliki jumlah penggunaannya di Indonesia adalah Instagram. Menurut databoks, pengguna media sosial Instagram di Indonesia per Juli 2021 telah mencapai 91,77 juta pengguna (Rizaty, 2021). Dilansir dari we are social yang berkolaborasi dengan Hootsuite, media sosial yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah YouTube, dengan Instagram di posisi ketiga (We Are Social & Hootsuite, 2021).



Gambar 1. 1: Data media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia  
 Sumber: wearesocial.com, (2021)

Dengan media sosial Instagram diurutan ketiga sebagai media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia, hal tersebut dapat membawa sebuah peluang bagi sektor bisnis, dimana sebanyak 85 juta pengguna Instagram yang berpotensi untuk dapat diraih dalam menggunakan periklanan.



Gambar 1. 2: Gambaran umum pengguna Instagram  
 Sumber: wearesocial.com, (2021)

Fakta tersebut membuat perusahaan di industri modern sekarang ini menjadikan Instagram sebagai salah satu alat komunikasi perusahaan dengan konsumen, yang

dapat dikatakan sebagian perusahaan beranggapan bahwa Instagram adalah “ujung tombak” perusahaan. Hal ini membuat perusahaan-perusahaan pada umumnya, mengoptimalkan media sosial mereka. Dengan mengoptimalkan media sosial Instagram perusahaan, masyarakat dapat semakin mudah untuk menjangkau atau mengakses informasi dari sebuah perusahaan. Di dalam Instagram tersebut, perusahaan dapat memberikan berbagai informasi, mendekatkan diri kepada konsumen, hingga memanfaatkan media sosial tersebut sebagai platform bagi perusahaan untuk melakukan promosi atas produk-produknya, dengan berbagai strategi komunikasi pemasaran, untuk meningkatkan angka penjualan mereka, diawali dengan meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*) dari perusahaan tersebut.

Meningkatkan kesadaran merek di tengah masyarakat dengan menggunakan media sosial sebagai platformnya, merupakan salah satu bentuk komunikasi pemasaran (*marketing communication*) yang pada zaman sekarang sangat umum dilakukan. Dengan strategi pemasaran media sosial, perusahaan dapat meningkatkan kesadaran merek dari produk-produk perusahaan dengan menggunakan pendekatan yang terbaik dengan masyarakat dari media sosial perusahaan. Strategi media sosial tersebut membutuhkan serangkaian proses dan juga riset, sesuai dengan kebutuhan juga tujuan, serta kondisi perilaku *target market* perusahaan tersebut di Indonesia. Strategi media sosial tersebut mengikuti tujuan yang diinginkan oleh perusahaan, mengingat media sosial perusahaan juga merupakan bagian dari identitas perusahaan. Media sosial sangatlah penting bagi perusahaan untuk meningkatkan kesadaran mereknya karena media sosial tersebut adalah bagian dari strategi marketing perusahaan. Maka dari itu,

media sosial yang dikelola dengan baik dan efektif, akan membantu perusahaan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

PT EasyHelps Multi Solusindo yang bergerak dalam bidang *corporate legal secretary service* dan *compliance* ini memilih strategi *social media marketing* melalui Instagram dalam menjalankan aktivitas *marketing communication*nya untuk meningkatkan *brand awareness* perusahaan dimana hal tersebut merupakan salah satu tujuan utama perusahaan pada masa sekarang ini dimana perusahaan sudah memulai beralih untuk memfokuskan strategi komunikasi pemasaran perusahaan dengan menggunakan media sosial khususnya Instagram perusahaan. PT EasyHelps Multi Solusindo telah memilih Instagram sebagai salah satu alat promosi perusahaan dimana perusahaan juga memiliki tujuan untuk membangun hubungan dengan konsumen dengan memaksimalkan peluang dari Instagram dimana jumlah pengguna Instagram di Indonesia berjumlah besar dan bertumbuh tiap tahunnya.

## **1.2 Tujuan Magang**

Adapun tujuan penulis dalam pelaksanaan magang di PT EasyHelps Multi Solusindo adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk mempelajari dan mempraktekan strategi *social media marketing* (Instagram) dalam meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*) PT EasyHelps Multi Solusindo.

### **1.3 Ruang Lingkup & Batasan**

Selama kurang lebih empat (4) bulan penulis melaksanakan magang di PT EasyHelps Multi Solusindo, penulis ditempatkan pada bagian *Social Media Marketing*. Kegiatan yang dilakukan oleh penulis adalah membuat strategi dan mengimplementasikan aktivitas *marketing communication* dengan menggunakan konsep *social media marketing*, dengan bertanggung jawab membuat *content planning* sebagai sebuah strategi *marketing* di media sosial resmi perusahaan terutama Instagram, serta menganalisis perkembangan lalu lintas atau *traffic* dari kegiatan *social media marketing* tersebut. Penulis juga bertanggung jawab untuk memproduksi acara-acara (*event*) berbasis online yang terdiri dari internal dan juga eksternal perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran merek kedepannya. Dalam melakukan kegiatan magang ini, penulis masuk di dalam Divisi *Marketing & Promotions Services: Creative Content* dan mendapat bimbingan dari seorang *supervisor*.

### **1.4 Lokasi dan Waktu Magang**

Pelaksanaan magang dilakukan oleh penulis selama 4 bulan yang dimulai pada tanggal 9 Agustus 2021 sampai dengan 8 Desember 2021, dengan waktu jam kerja kurang lebih 640 jam. Waktu operasional kerja adalah hari Senin sampai dengan Jumat, pukul 09.00 – 18.00 WIB. Terkadang terdapat penambahan jam kerja (lembur) dan hari kerja pada hari akhir pekan. Pelaksanaan magang dilaksanakan di PT EasyHelps Multi Solusindo yang berlokasi di:



CoHive 101 Tower, 10th Floor

Jl. Dr. Ide Anak Agung Gde Agung No.1

Mega Kuningan Barat, Lingkar Mega Kuningan

Jakarta Selatan, 12950 – Indonesia

Telp: 021-5020-8827, E-mail: [mail@easyhelps.co.id](mailto:mail@easyhelps.co.id)

