

# BAB I

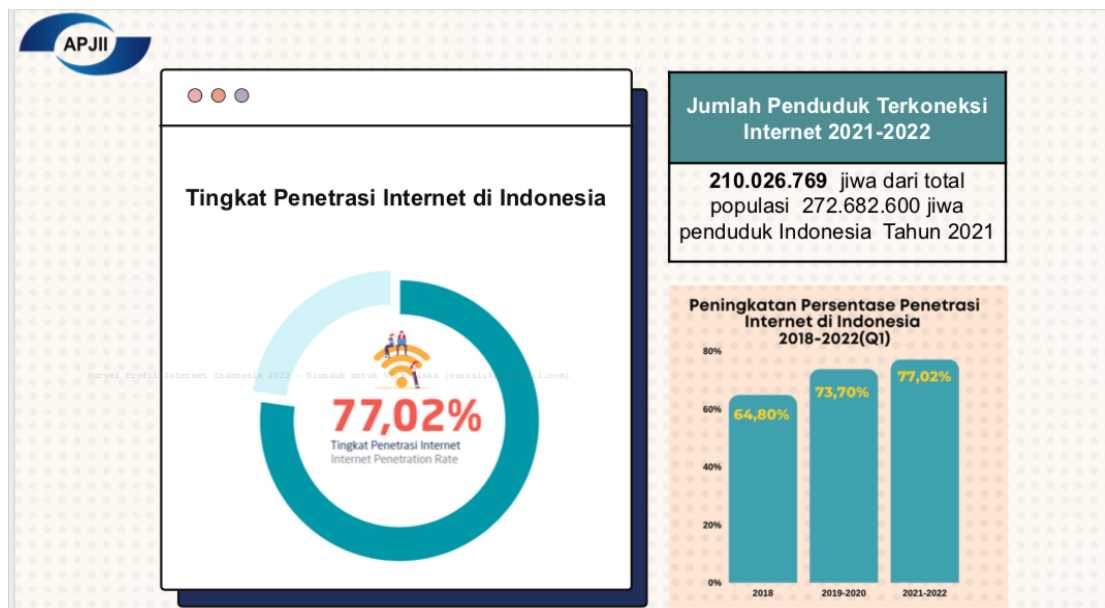
## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Teknologi semakin berkembang dalam kehidupan manusia saat ini. Perkembangan teknologi memberikan banyak manfaat dan memudahkan pekerjaan maupun aktivitas sehari-hari masyarakat (Sari & Novrianto, 2021, h. 9). Dengan adanya teknologi internet membuat masyarakat mampu melakukan banyak kegiatan tanpa ke luar rumah, seperti mencari informasi melalui media sosial, mencari teman melalui *online*, belanja *online*, belajar *online* hingga membuka bisnis *online*.

Teknologi telah memberikan banyak kemudahan dalam kehidupan manusia, khususnya perkembangan dalam dunia komunikasi. Dilansir dari Diskominfo (2013) yang menyebutkan bahwa alat komunikasi yang sebelumnya menggunakan telepon genggam, televisi, radio dan sekarang semakin canggih seiring berkembangnya dunia modern hingga mempermudah proses komunikasi antar sesama manusia, yaitu internet. Hadirnya internet mempermudah manusia untuk berkomunikasi dan menjadi sarana informasi sekaligus penyedia informasi.

Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2022, pengguna internet di Indonesia mencapai 77 persen penduduk Indonesia sudah menggunakan internet. Pengguna internet di Indonesia mencapai sekitar 210 juta.



Gambar 1.1 Tingkat penetrasi pengguna internet di Indonesia 2022

Sumber : Apjii.or.id (2022)

Berdasarkan hasil Survei Literasi Digital Nasional 2021, Angka pertumbuhan pengguna internet di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya karena kemudahan yang diberikan internet, sehingga terjadinya peningkatan penggunaan media sosial yang semakin hari semakin banyak digunakan oleh manusia untuk memenuhi kebutuhannya. Banyaknya jumlah pengguna media sosial di Indonesia menumbuhkan kesadaran untuk membangun aktivitas promosi melalui media sosial. Media sosial digunakan sebagai alat komunikasi pemasaran sesuai dengan program dan target pemasaran (Moriansyah, 2015)

Komunikasi pemasaran mempunyai peran penting bagi perusahaan untuk menyampaikan informasi dan mengembangkan kesadaran konsumen terhadap produk atau jasa dari perusahaan. Peran komunikasi pemasaran setiap tahun menjadi semakin penting dan memerlukan pemikiran yang kreatif dengan tujuan

memperkenalkan, menginformasikan, menawarkan, memengaruhi, dan mempertahankan tingkah laku membeli dari konsumen dan pelanggan potensial suatu perusahaan (Yulianita, 2001, h. 1).

Pada era persaingan bisnis yang semakin ketat, perusahaan harus berusaha keras agar tidak terkalahkan oleh produk saingan, baik produk baru maupun lama. Keberadaan teknologi dan internet dapat dimanfaatkan sebagai media promosi. Adapun kegiatan promosi melalui media digital disebut dengan *digital marketing*. *Digital marketing* pada dasarnya digunakan untuk mempromosikan produk atau jasa dari perusahaan melalui media digital yang sudah tidak asing bagi banyak masyarakat sebagai media promosi. Dilansir dari Redcomm (2022), dengan menggunakan *digital marketing*, target pasar dapat dijangkau lebih luas karena tidak terbatas oleh letak geografis serta dapat menentukan target market sebagai target promosi, seperti profesi, usia, lokasi, hobi dan sebagainya.

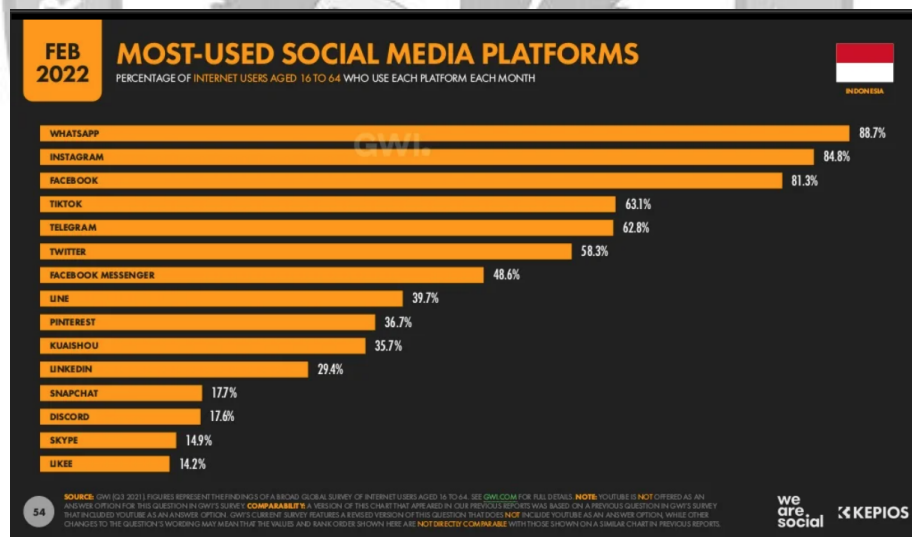
Media sosial merupakan media yang digunakan untuk bersosialisasi dengan sesama pengguna yang terhubung dengan internet. Media sosial dapat membantu bisnis dalam memasarkan produk atau jasa hingga dapat berkomunikasi, berinteraksi dengan pelanggan yang dapat membangun hubungan yang baik. Dapat dikatakan bahwa media sosial telah mempengaruhi aktivitas dalam dunia pemasaran. Sehingga media sosial termasuk ke dalam daftar strategi *marketing communication* untuk bersaing di dunia bisnis (Zarella, 2010, h.3).

Peluang pemasaran melalui media sosial semakin meningkat dalam dunia pemasaran. *Marketing* melalui media sosial atau yang disebut juga dengan *social media marketing* memudahkan para pelaku usaha untuk menjangkau pelanggannya

secara *online*. Hal ini memberikan banyak keuntungan seperti dapat berinteraksi dengan pelanggan, biaya yang dikeluarkan tidak terlalu besar serta tidak ada batasan waktu selama terhubung dengan internet, apalagi pada generasi saat ini yang sudah tidak asing lagi dengan penggunaan media sosial.

Pelaku usaha pun berusaha untuk menciptakan strategi pemasaran untuk membentuk kesadaran dan pemahaman konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan sehingga dapat menimbulkan keinginan untuk membeli. Media sosial digunakan sebagai sarana komunikasi pemasaran untuk meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk, meningkatkan *image* produk serta untuk meningkatkan penjualan (Kotler dan Keller, 2016).

Media sosial, khususnya Instagram memberikan peluang besar untuk para pelaku usaha memasarkan usahanya.



Gambar 1.2 Platform sosial media teraktif

Sumber: [datareportal.com](https://www.datareportal.com) (2022)

Berdasarkan hasil survey yang telah dilakukan oleh *Date reportal* yang dilansir dari data reportal (2022) menyebutkan bahwa Instagram merupakan media sosial yang paling sering digunakan masyarakat Indonesia dengan menempati urutan kedua.

Melihat peluang usaha dalam *digital marketing* semakin besar, Koentiv hadir sebagai *social media agency* untuk membantu pelaku usaha. Koentiv adalah *full service social media agency* yang berlokasi di Tangerang Selatan. Koentiv menawarkan jasa untuk membantu klien atau pelaku usaha mengembangkan kegiatan pemasaran, seperti *social media management, strategic planning, branding, digital marketing (SEO & SEM), photo & videography, tiktok content planning, website development, KOL management, dan paid media service*.

Koentiv menangani berbagai klien dari industri *fashion, food and beverages, beauty* dan *smart living*. Saat ini Koentiv bergerak secara aktif dalam dunia *digital marketing*, dimana banyak klien yang sudah mempercayakan Koentiv untuk mengelola media sosial atau membantu membuat strategi bisnis yang sedang klien jalani.

Koentiv merupakan nama perusahaan sebelum diresmikan sebagai PT, hingga saat ini Koentiv berubah nama menjadi PT Kreasi Otak Visual setelah resmi mendaftar sebagai PT. Pemegang magang di PT Kreasi Otak Visual dan dipercayakan sebagai *social media marketing*. Dalam divisi *social media marketing*, pemegang bertanggung jawab dalam mencari ide konten untuk klien. Pemegang harus berpikir kreatif dan *up to date* untuk membuat konten sesuai dengan konsep dari *brand* klien atau sesuai dengan permintaan klien, membuat

konten, mengelola Instagram klien seperti memposting konten sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan, membalas *direct message* atau komentar dari followers, mencari *Influencer* yang sesuai dengan kriteria dari klien dan membuat *monthly report*. Pemegang juga memegang beberapa akun sosial media klien untuk mengunggah konten sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan serta membalas komentar dan *direct message (DM)* atau pesan dari *followers*.

## **1.2 Tujuan Magang**

Adapun tujuan dalam pelaksanaan magang di PT Kreasi Otak Visual adalah untuk mempelajari aktivitas *social media marketing* Koentiv melalui Instagram klien.

## **1.3 Ruang Lingkup dan Batasan Pemegang**

Peserta magang melaksanakan kerja magang di PT Kreasi Otak Visual. Pemegang ditempatkan pada divisi *Social Media Marketing* yang bertanggung jawab dalam berbagai kegiatan pemasaran secara *digital* pada Koentiv. Pemegang berada dibawah pengawasan *Art Director* dan *Account Executive* dalam mengurus segala hal yang berhubungan dengan *Social Media Marketing*.

Pemegang bertanggung jawab dalam mengelola media sosial klien, membuat ide konten dan caption, serta berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan seperti menjadi *talent* untuk keperluan *shooting* produk klien maupun konten untuk kebutuhan *internal*.

Adapun batasan pemegang adalah membantu membuat konsep atau ide untuk konten di media sosial, membantu membalas komen atau *direct message (DM)* di Instagram.

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

Lokasi pemegang bertempat di Ice Business Park, C7, Jalan BSD Grand Boulevard, Pagedangan, Kec. Pagedangan, Kabupaten Tangerang, Banten 15339. Pelaksanaan kerja magang berlangsung selama 4 bulan atau setara dengan 640 jam yaitu dimulai dari 1 Agustus 2022 sampai 30 November 2022. Pelaksanaan magang dilakukan dengan sistem *work from office* dan *work from home*.

