

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Globalisasi merupakan sebuah era yang telah merubah kehidupan manusia karena adanya pertumbuhan teknologi yang bergerak dengan cepat (Maharsi, 2000).



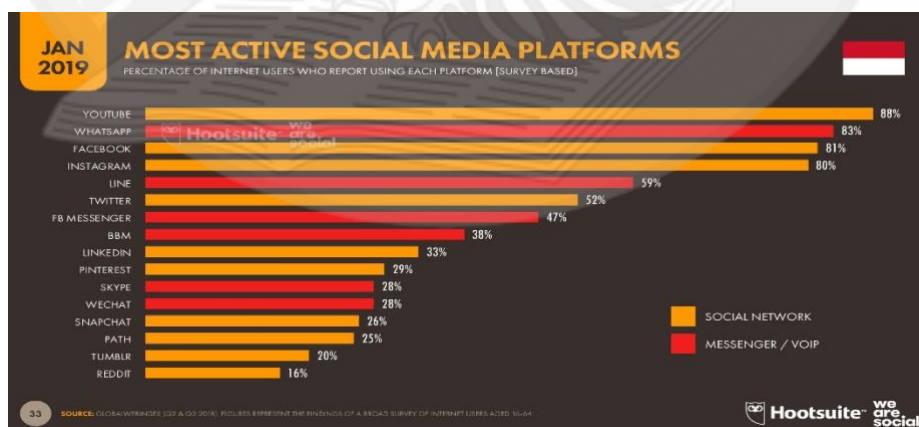
Gambar 1. 1 Penetrasi pengguna internet di indonesia

Sumber : We Are Social and Hootsuite

Teknologi yang berkembang di era globalisasi seperti yang kita ketahui yaitu dengan adanya internet. Keberadaan internet memang memberikan dua dampak yang sangat berlawanan. Adapun salah satu dampak negatif dari penggunaan internet yaitu munculnya perilaku menyimpang pada remaja (Sherlyanita dkk, 2016). Kemudian dampak positif dari penggunaan internet yaitu sebagai media promosi. Hal ini jelas sekali dapat diamati dalam kehidupan sehari-hari bahwa keberadaan teknologi dapat dijadikan sebagai media promosi. Adapun,

pada era ini kegiatan promosi di media sosial sering disebut dengan *digital marketing*.

Digital Marketing diartikan sebagai salah satu jenis media promosi yang diminati oleh masyarakat. Definisi lain menyebutkan *digital marketing* merupakan salah satu bentuk promosi yang dilakukan melalui media dan digunakannya teknologi interaktif untuk mewujudkan bentuk komunikasi antara perusahaan dan konsumen (Coviello, Milley and Marcolin, 2001). *Digital marketing* yang saat ini sering digunakan dan tidak asing bagi masyarakat sebagai salah satu media promosi yaitu *facebook* dan *instagram*. Hal ini kemungkinan dikarenakan hampir setiap pengguna ponsel gengam memiliki aplikasi tersebut. Selain itu diduga penggunaan aplikasi Facebook dan Instagram lebih mudah digunakan. Sehingga peminatnya untuk digunakan sebagai media promosi sangat banyak. Jika ditinjau berdasarkan pada hasil survey pengguna Facebook dan Instagram termasuk dalam *big five most active social media platforms* pada tahun 2019.

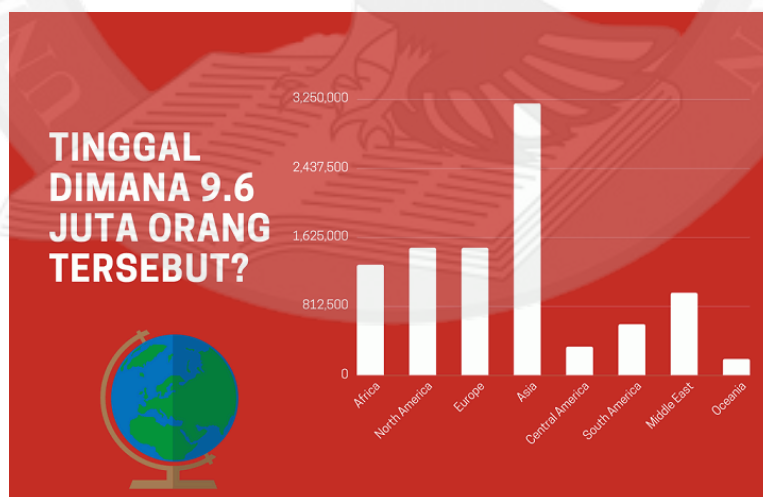


Gambar 1. 2 Platform sosial media teraktif

Sumber: *websindo.com* 2019

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh *We Are Social and Hootsuite* dapat terlihat bahwa Facebook dan Instagram menjadi urutan ketiga dan keempat kategori media sosial yang sering digunakan masyarakat.

Adapun, menurut Doni (2017) media sosial merupakan sebuah media komunikasi pengirim pesan elektronik menggunakan internet. Media komunikasi ini berbeda dari media cetak dan media siaran tradisional karena mampu menjangkau wilayah yang luas dengan cepat. Sehingga memang bukan sebuah hal yang asing jika keberadaan media sosial menjadi tempat untuk melakukan perdagangan atau bisnis. Adapun salah satu contoh bisnis yang memanfaatkan penggunaan media sosial yaitu *trading*. *Trading* merupakan salah satu contoh bisnis yang menggunakan keunggulan atau kecanggihan dari internet dan media sosial sebagai platform dalam menjalankannya. Dimana, salah satu perusahaan yang berkecimpung di bidang ini adalah PT. Inter Pan Pasifik Futures



Gambar 1. 3 Persebaran trading di seluruh Indonesia

Sumber : seputarforex.com

PT. Inter Pan Pasifik Futures berdiri pada tahun 1989 adalah perusahaan yang menekuni bidang *financial* yaitu *trading forex*. Menurut Elshabrina (2012) Forex atau *foreign exchange* merupakan jasa pertukaran valuta asing. Dimana *forex* ini adalah jenis perdagangan berupa mata uang asing. Istilah lain untuk menjelaskan tentang *forex* yaitu dengan *valas* atau valuta asing. Kegiatan yang dilakukan dalam perdagangan valas diantaranya melakukan proses jual beli berbagai jenis mata uang. Hal ini tentunya bertujuan untuk mendapat keuntungan.

Rata-rata masyarakat awam hanya mengerti bahwa *trading forex* merupakan sarana untuk menukarkan uang. Menukarkan uang dalam hal ini yaitu terjadinya transaksi menjual dan membelinya mata uang asing secara langsung atau manual melalui *money charger* (Wijaya, 2016). Dimana tujuan masyarakat melakukan penukaran yaitu agar bisa mendapatkan uang asing untuk keperluan ke luar negeri. Akan tetapi *forex* berbeda dengan hal tersebut. Hal ini dikarenakan kegiatan yang dilakukan *trading forex* secara online meskipun tujuannya tetap sama yaitu memperoleh keuntungan. Selain itu, *trading forex* adalah jenis dari aktivitas berbisnis yang dijalankan secara online (Nugroho, 2016).

Kegiatan secara online yang terus merupakan salah satu konsekuensi dari pertumbuhan teknologi yang cukup cepat. Sehingga *trading forex* dapat mencakupi jangkauan yang sangat luas. Hal ini menyebabkan kegiatan yang dilakukan dapat menjangkau global. Sehingga ketertarikan dalam kegiatan ini sangat menarik terlebih dengan jangkauan yang luas dapat menghasilkan keuntungan yang banyak. Hal ini tentu salah satu fungsi penggunaan internet yang sangat mudah diakses tanpa adanya batas waktu dan ruang. Sehingga, seiring perkembangannya

seseorang dapat melakukan melakukan *trading forex*. Kegiatan di Pasar *forex* dilakukan selama 24 jam selama 5 hari terhitung dari hari senin sampai jumat. Dengan demikian, orang akan mudah melakukan kegiatan *trading* sesuai dengan waktu yang dikehendaki (Suharto, 2012).

Oleh karena itu, sebagai salah satu perusahaan yang berkembang dalam bidang teknologi tentu PT. Inter Pan Pasifik Futures menggunakan beberapa platform media sosial untuk terus meningkatkan perkembangan perusahaan. Adapun yang dilakukan oleh perusahaan terkait penggunaan media sosial yaitu seperti pembuatan konten Instagram dan Facebook. Dimana konten yang telah dibuat akan diunggah ke Instagram dan Facebook dengan memberikan *caption*. Selanjutnya mengunggah foto-foto terkait PT. Inter Pan Pasifik Futures seperti mengunggah konten *quotes, greetings content, education, testimonial*. Kemudian melakukan *follow up* peserta yang mengikuti workshop. Dengan demikian, maka akan semakin diketahui oleh pengguna Instagram dan Facebook. Pada umumnya di Instagram dan Facebook juga disediakan *link website* sehingga dari Instagram dan facebook masyarakat dapat juga langsung membuka *website*. Hal ini mengindikasikan bahwa memang penggunaan media sosial sangat cepat berkembang di masyarakat. Bahkan masyarakat dapat dengan cepat mengikuti perkembangan dari media sosial. Oleh karena itu, bukan lagi menjadi hal yang awam jika penggunaan media sosial telah berkembang ke dunia bisnis, ke perusahaan dan ke seluruh aspek perekonomian. Seperti halnya yang dilakukan oleh PT. Inter Pan Pasifik Futures dalam memanfaatkan penggunaan media sosial.

1.2 Tujuan Magang

Adapun tujuan pemegang dalam pelaksanaan magang di PT. Inter Pan Pasifik Futures adalah untuk mengetahui penerapan *digital marketing* melalui media sosial khususnya di PT. Inter Pan Pasifik Futures

1.3 Ruang Lingkup dan Batasan

Pelaksanaan magang di PT. Interpan Pasifik Futures divisi *Digital Marketing*. Tugas yang diberikan adalah membuat dan mengupdate konten media sosial, serta membantu perencanaan workshop yang diselenggarakan setiap bulannya.

1.4 Lokasi dan Waktu Magang

Kegiatan magang dilakukan PT. Interpan Pasifik Futures. Waktu magang yaitu hari Senin – Jumat dimulai dari pukul 09.30- 17.30 WIB. Pemegang melaksanakan magang di PT. Interpan Pasifik Future yang berlokasi di :

PT. Interpan Pasifik Futures

St. Moritz Office Tower Lt. 10

Jl. Puri Indah Blok U1, Puri Kembangan

Jakarta Barat – Indonesia

Contact : (+62) 04 1123 123, support@interpan.co.id