

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi ini teknologi berkembang pesat terutama bidang komunikasi. Hal ini mempengaruhi aspek kehidupan pada manusia seperti budaya, komunikasi, ekonomi dan sosial. Ini ditandai dengan kemajuan pada bidang informasi dan teknologi. *Internet*, *gadget* adalah contoh dari kemajuan media informasi dan teknologi (Nugraha, 2015). Kemajuan teknologi ini menghasilkan media baru yaitu media sosial berupa *Instagram*, *Tiktok*, *Youtube*, *Website*, *Blog*, dll. Masyarakat zaman modern banyak menggunakan media sosial untuk berinteraksi, mencari informasi, media hiburan dan berbisnis. Media sosial adalah sekelompok aplikasi berbasis *internet* yang dibangun berdasarkan kerangka pikiran ideologi dan teknologi dari *web* (Haenlein, 2010). Masyarakat menggunakan media sosial pada *internet* untuk mencari informasi, hiburan maupun berkomunikasi dengan teman atau keluarga. Namun, Karena media sosial dapat mengakses informasi dan memberikan informasi dengan mudah maka media sosial kini banyak dipergunakan untuk memenuhi kebutuhan ekonomi. Bisnis menggunakan media sosial sudah banyak dan menjadi *trend* dalam masyarakat dengan menggunakan cara yang efisien dan efektif.

Bisnis merupakan salah satu aktivitas usaha yang utama dalam menunjang perkembangan ekonomi. Masyarakat modern sekarang banyak yang membuka

usaha dengan cara *offline* dan *online*. Kini semua semakin praktis sehingga banyak masyarakat membuka bisnis *online*. Bisnis *online* adalah bisnis yang dijalankan secara online dengan menggunakan jaringan *internet*. Informasi mengenai produk yang dijual menggunakan media aplikasi atau *website*. (Laila, Tumbuh Pesatnya Bisnis Transportasi Online di Indonesia, 2015). Perusahaan besar atau kecil sekarang banyak beralih ke bisnis *online*. Bahkan secara individual juga bisa membuka bisnis online. Bisnis online ini memiliki peluang atau prospek yang besar dimasa yang akan datang. Hampir semua orang menginginkan kepraktisan dan kemudahan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. (Majda, 2015). Dengan membuka bisnis *online* maka mempermudah penjual dan pembeli, tidak menggunakan modal waktu dan transportasi. Konsumen tidak perlu meluangkan waktu keluar rumah untuk membeli produk karena hanya tinggal menggunakan media sosial dan melakukan transaksi *online* maka produk akan dikirim ke rumah.

Kecanggihan teknologi informasi adalah teknologi yang terkomputerisasi dan terkonsolidasi dan didukung oleh aplikasi teknologi modern. Diharapkan dapat menghasilkan dampak positif untuk kelangsungan kinerja karyawan (Suryana, 2014). Teknologi kini sudah semakin maju, marketing dapat dilakukan dengan berbagai cara yang menarik sehingga konsumen akan terus menjadi pelanggan setia. Setiap bisnis perlu melakukan pemasaran dan harus mempunyai strategi pemasaran yang tepat dan kuat. Strategi pemasaran harus di aplikasikan dalam suatu karya atau konten sehingga sampai pada konsumen. sehingga dibutuhkan *Content Creator*.

Content Creator adalah kegiatan dalam menyebarkan informasi yang ditransformasikan ke dalam sebuah gambar, video dan tulisan atau disebut sebuah konten, yang kemudian konten tersebut disebarakan melalui *platform* yaitu media sosial (Huotari, 2015). Profesi *Content Creator* ini bertugas untuk membuat konten promosi bisnis. Untuk membuat konten diperlukan strategi yang jelas agar konten sesuai dengan strategi marketing. Profesi ini dibutuhkan banyak perusahaan karena hasil-hasil konten yang dihasilkan bisa berpengaruh banyak dalam industri bisnis. Profesi *Content Creator* diciptakan oleh media sosial. Dengan munculnya media sosial dikalangan masyarakat membuat munculnya bisnis baru dalam industri kreatif. *Content Creator* dapat dibagi menjadi beberapa bagian yaitu *Youtuber*, *Beauty Vlogger*, *Endorser*, *Travel Blogger*, dll. (MLDspot, 2017). *Content Creator* membantu perusahaan membuat konten menarik dan berkualitas. Beberapa konten harus memiliki aspek target audiens, *Unique Selling Point*, informasi, dll, maka dari itu cukup sulit untuk memproduksi konten yang menarik. *Content Creator* ini bekerja menggunakan banyak teknologi karena semakin terbuca nya akses informasi maka semakin mudah untuk memunculkan ide-ide kreatif. *Content Creator* dapat membuat topik konten mulai dari *Fashion Beauty*, *Homecare*, kuliner, sampai *Daily Vlog*. *Content Creator* ini bekerja menggunakan banyak teknologi karena semakin terbuca nya akses informasi maka semakin mudah untuk memunculkan ide-ide kreatif. *Content Creator* memiliki ide-ide kreatif, mempunyai kemampuan riset yang baik agar konten yang dikeluarkan sesuai dengan target pasar. *Content Creator* juga harus menguasai *tools* pendukung agar konten yang dihasilkan maksimal. *Content Creator* perlu memahami SEO yaitu

menggunakan kata kunci dan kualitas konten yang baik agar muncul jika di cari dalam mesin pencari *Google*. SEO adalah serangkaian proses yang dilakukan secara sistematis dan bertujuan untuk meningkatkan *volume* serta kualitas trafik kunjungan melalui mesin pencari menuju situs *website* tertentu dengan memanfaatkan algoritma mesin pencari tersebut yang disebut dengan *PageRank* (Kuswari, 2013). *Content Creator* membantu meningkatkan marketing pada suatu perusahaan. Konten yang dihasilkan berupa ide menarik dan berupa informasi untuk masyarakat. Informasi dan konten menarik adalah strategi marketing untuk meningkatkan penjualan. Menurut Laksita Utama Suhud marketing adalah suatu Tindakan usaha yang harus dilakukan agar menjadikan suatu bisnis atau usaha tampak jauh lebih baik dikalangan pasar dibandingkan dengan para pesaing bisnis. *Content Creator* mempermudah pemasaran dan konten mudah ditemukan masyarakat.

Salah satu Perusahaan yang memanfaatkan media online adalah tempat pemegang bekerja. Dengan demikian, perusahaan tersebut juga membutuhkan divisi *Content Creator*, untuk memberikan konten dengan informasi yang jelas agar dapat diterima dengan mudah oleh masyarakat. Peran ini berguna untuk mengaplikasikan strategi marketing menjadi sebuah konten yang menarik dan informatif sehingga meningkatkan brand awareness dan penjualan produk PT Mitra Waluya melalui pemasaran digital.

Pada PT. Mitra Waluya yang menjual produk kebutuhan rumah mempunyai toko *offline* dan *online*. Produk yang dijual adalah bahan kebutuhan rumah tangga berupa sabun, *shampoo*, *conditioner*, *parfuming*. Perusahaan ini mulai

meningkatkan penjualan secara online agar masyarakat dapat membeli dengan mudah tanpa harus ke toko. Perusahaan Mitra Waluya ini membutuhkan promosi yang kuat untuk meningkatkan penjualan dan *branding*.

Perusahaan Mitra Waluya akan mudah membangun *brand image* dan melakukan promosi bila menggunakan *Content Creator* untuk menrealisasikan strategi marketing. Masyarakat juga dengan mudahnya mengakses informasi mengenai Mitra Waluya melalui internet atau media sosial. *Content Creator* ini penting untuk Perusahaan Mitra Waluya untuk perkembangan dan juga pada jangka panjang. Mitra Waluya melakukan penjualan secara online di media sosial yaitu *Instagram*. Maka peran *Content Creator* lah yang akan mengembangkan *Instagram* Mitra Waluya dengan konten yang menarik dan unik agar meningkatkan *Brand Image* serta penjualan.

1.2 Tujuan Magang

1. Untuk mengetahui aktivitas dan proses kerja *Content Creator* pada PT. Mitra Waluya
2. Untuk mengetahui peran *Content Creator* untuk membangun strategi marketing PT. Mitra Waluya.

1.3 Ruang Lingkup & Batasan

Ruang Lingkup selama menjalankan proses magang adalah bagian divisi *Content Creator* dalam perusahaan Mitra Waluya. Dalam divisi ini, hal yang

dilakukan adalah membantu membuat konten yang unik dan menarik, serta memberikan ide – ide yang baru dan memperhatikan *trend* masyarakat untuk produk Mitra Waluya. Biasanya konten ini didasari dari strategi marketing yang dijelaskan dan dipresentasikan dalam konten yang dibuat oleh divisi *Content Creator*, bertujuan untuk mempromosikan *brand* Mitra Waluya. Dalam proses magang dalam divisi *Content Creator* ini membuat konten dalam media digital seperti *Instagram, Tiktok, Tokopedia, Website*.

Semua yang berurusan dengan konten promosi dan memberikan informasi akan dilakukan oleh divisi *Content Creator*. Pemegang membantu memberikan ide konten dan cara membuat konten, hingga pengetahuan tentang sosial seperti *trend* dalam masyarakat dan kebutuhan *target market* yang ingin dituju, dan menonjolkan USP (*Unique Selling Point*) produk dalam konten. Namun masih ada penanggung jawab seperti atasan yang berada di divisi *Content Creator*. Segala ide dan informasi yang diberikan pemegang akan diterima dan diskusikan oleh para atasan sebagai penambahan ide kreatif konten.

1.4 Lokasi & Waktu Magang

Lokasi : Ruko Mendrisio 2 Blok A no 10 , Gading Serpong, Tangerang, Banten.

Waktu : 15 Juli 2021 – 15 November 2021 (4 bulan) Senin – Jumat (10.00 WIB – 18.00 WIB)