

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi telah menjadi pendorong utama perubahan dalam berbagai aspek kehidupan manusia sepanjang sejarah. Dari zaman prasejarah hingga era modern saat ini, teknologi terus mengalami perkembangan pesat yang membentuk dunia kita menjadi serba digital. Adanya perkembangan teknologi ini telah menghadirkan berbagai media yang bisa digunakan oleh manusia untuk digunakan sebagai alat berkomunikasi. Internet menjadi salah satu dari adanya kemajuan ini, dimana internet pada saat ini telah menjadi bagian penting dari kehidupan sebagian penduduk di dunia, termasuk di Indonesia. Hal ini dapat dilihat berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada periode 2022-2023. Jumlah tersebut meningkat 2,67% dibandingkan pada periode sebelumnya yang sebanyak 210,03 juta pengguna. Jumlah pengguna internet tersebut setara dengan 78,19% dari total populasi Indonesia yang sebanyak 275,77 juta jiwa.

Perkembangan internet ini telah menghadirkan interaksi baru bagi masyarakat luas yang sebelumnya internet hanya sebagai alat berkomunikasi, alat hiburan dan sumber informasi, kini internet telah memasuki dalam dunia bisnis. Perkembangan teknologi internet ke dalam dunia bisnis telah membuat pergeseran baru yaitu dalam hal strategi pemasaran. Dengan begitu, banyak perusahaan yang memanfaatkan hal ini sebagai alat untuk memperluas jangkauan dan efektivitas pemasaran. Sebuah perusahaan akan mengusahakan strategi apapun untuk memasarkan produknya guna meningkatkan citra merk atau *brand awareness* dari perusahaan tersebut agar bisa jauh lebih dikenal oleh masyarakat.

Strategi pemasaran yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan di era digital ini seringkali disebut *Digital Marketing*. *Digital marketing* merupakan penelitian pasar dan periklanan yang dilakukan melalui media digital online, seperti media sosial. Pemasaran digital termasuk pemasaran yang terintegrasi dan interaktif yang memungkinkan pembeli, produsen, dan perantara pasar berinteraksi satu sama lain (Purwana ESD, Rahmi, 2017). Menggunakan digital marketing dengan jangkauan yang luas dan efektif merupakan pilihan yang tepat bagi perusahaan untuk memasarkan produknya dibandingkan dengan konsep pemasaran tradisional yang memiliki banyak keterbatasan seperti waktu, lokasi dan jangkauan pengguna.

Salah satu strategi *digital marketing* yang sedang tren saat ini adalah *content creator* atau pencipta konten. Dengan seiring berkembangnya teknologi membuat pekerjaan membutuhkan ide, inovasi serta kreativitas dalam membantu mengembangkan sebuah perusahaan. Untuk itu, peran *content creator* sangatlah penting dalam sebuah perusahaan, karena tugas seorang *content creator* yaitu menghasilkan konten yang berkualitas dan relevan untuk menarik perhatian calon konsumen. Namun, peran *content creator* tidak hanya sebatas membuat konten saja tetapi banyak faktor yang harus diperhatikan seperti memastikan konten yang dibuat sesuai dengan target audience, menarik perhatian dengan judul yang menarik, membuat konten yang sedang trending, mengoptimalkan konten untuk mesin pencari, serta memastikan konten yang dibuat tidak melanggar hak cipta. Oleh karena itu, pelaksanaan Magang Mandiri di PT Otak Kanan dengan divisi *Digital Marketing* sebagai *Content Creator* di anak perusahaannya Graha Cantiq, memungkinkan saya untuk untuk belajar dan mengimplementasikan strategi digital marketing yang tepat untuk meningkatkan brand awareness melalui peran *content creator*.

PT Otak Kanan merupakan perusahaan di bidang industri kreatif yang berlokasi di Surabaya. PT Otak Kanan menciptakan, membangun dan menjalankan sebuah perusahaan yang terus-menerus menantang quo dan mendorong orang untuk menjadi kreatif dan inovatif dalam pemikiran mereka. PT Otak Kanan mempunyai banyak ide yang telah teruji dan telah melayani lebih dari 100 perusahaan dari berbagai segmen pasar. PT Otak Kanan memahami bahwa setiap perusahaan itu unik, dengan kekuatan, kualitas dan pengalaman yang berbeda-beda. Sehingga PT Otak Kanan membahas setiap kesempatan dengan pendekatan kreatif.

Sebagai perusahaan di bidang industri kreatif, PT Otak Kanan telah berkomitmen untuk memberikan solusi bisnis dan ide kreatif kepada klien yang ingin bisnis mereka bertransformasi menjadi lebih baik dan berkelanjutan di era digital saat ini. Dalam mengikuti tren penggunaan teknologi digital dan internet dalam bisnis, PT Otak Kanan telah mengembangkan anak perusahaan, Graha Cantiq, yang menawarkan beragam rangkaian produk kecantikan dan kesehatan herbal terbaru dan terlengkap. Oleh karena itu, Graha Cantiq

memerlukan strategi digital marketing yang tepat untuk memperluas dan meningkatkan *brand awareness*, salah satunya melalui peran *content creator*.

Peran *content creator* sangat diperlukan di dalam dunia bisnis saat ini khususnya dalam merancang dan menciptakan strategi pemasaran yang efektif dengan menuangkan ide-ide yang kreatif dan inovatif, agar calon konsumen tertarik dengan produk yang dipasarkan. Sebab, konsumen tidak mau melihat dan membeli suatu produk yang menurut mereka tidak menarik, baik dalam konsep produk maupun konten yang disajikan. Dengan begitu, peran *content creator* merupakan solusi terbaik dalam mengatasi masalah tersebut agar dapat membantu sebuah perusahaan dalam memasarkan produknya.

1.2 Tujuan Magang

Berdasarkan latar belakang tersebut, adapun tujuan dari pelaksanaan kegiatan Magang Mandiri di PT Otak Kanan adalah:

1. Mengetahui sistem manajemen dan sistem kerja sebagai *Content Creator* di PT Otak Kanan.
2. Mengetahui strategi *Digital Marketing* yang dilakukan oleh Divisi *Content Creator* untuk meningkatkan *Brand Awareness* dan menarik minat konsumen untuk membeli produk yang dipasarkan.
3. Mengetahui pekerjaan sebagai seorang *Content Creator* dalam membuat desain promosi produk, membuat *copywriting*, membuat konten produk, dan mempromosikan produk di berbagai media sosial maupun *marketplace*.

1.3 Manfaat Magang

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan Magang Mandiri yang dilakukan, diperoleh beberapa manfaat bagi pihak-pihak yang terkait yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat Bagi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

- a. Sebagai sarana menjalin hubungan baik antara Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur dengan perusahaan, agar dapat memberikan informasi tentang dunia kerja.
- b. Sebagai sarana untuk mengukur kinerja pengajar dalam memberikan materi terkait dengan jurusan yang dipilih selama masa perkuliahan dengan perkembangan yang terjadi di dunia kerja.
- c. Sebagai sarana untuk memperkenalkan mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur kepada masyarakat luas bahwa mereka dapat bersaing di dunia kerja.
- d. Sebagai sarana untuk meningkatkan kualitas lulusan melalui pengalaman kerja selama melaksanakan kegiatan magang.
- e. Sebagai sarana untuk memberikan gambaran penyesuaian antara kebutuhan tenaga kerja di perusahaan dengan kualitas mahasiswa yang kompeten dalam bidangnya.

2. Manfaat Bagi Mitra Magang

- a. Memperoleh calon tenaga kerja yang terdidik sesuai dengan bidang yang diperlukan, serta dapat membagi ilmu kepada mahasiswa yang akan melaksanakan kegiatan magang.
- b. Mendapatkan tenaga kerja berkompetensi pada bidangnya untuk ikut memajukan PT Otak Kanan.
- c. Menambah Sumber Daya Manusia untuk membantu pekerjaan yang ada di PT Otak Kanan.
- d. Sebagai sarana kontribusi PT Otak Kanan dalam menciptakan tenaga kerja yang profesional.
- e. Meningkatkan citra positif PT Otak Kanan.

3. Manfaat Bagi Mahasiswa

- a. Memperoleh dan menambah pengetahuan serta pengalaman kerja praktik di lapangan terutama dalam bidang *Digital Marketing*.
- b. Mengasah dan mengembangkan keahlian mahasiswa dalam bidang *Digital Marketing* sebagai *Content Creator*.
- c. Sebagai sarana mencari informasi dalam dunia kerja, sehingga mahasiswa dapat belajar dan berlatih dalam mempersiapkan diri untuk terjun di dunia kerja yang sesungguhnya.
- d. Memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang permasalahan perusahaan dan mengembangkan ilmu Administrasi Bisnis yang telah diajarkan pada saat perkuliahan.
- e. Menanamkan kedisiplinan, tanggung jawab serta melatih mental mahasiswa dalam menghadapi pekerjaan secara langsung di dunia kerja.

1.4 Tujuan Penulisan Topik Magang

Berdasarkan topik laporan magang yang telah saya tulis, adapun tujuan dari penulisan topik magang tersebut yaitu sebagai berikut:

1. Memahami konsep dasar *Digital Marketing* dan penerapannya di dunia bisnis.
2. Memahami cara untuk mengembangkan dan menerapkan strategi *Digital Marketing* untuk meningkatkan *Brand Awareness*.
3. Memahami konsep dasar peran *Content Creator* dalam dunia bisnis.
4. Memahami strategi untuk mengelola promosi *Digital Marketing* melalui peran *Content Creator*.
5. Mengukur kinerja seorang *Content Creator* dalam mengelola promosi *Digital Marketing* untuk meningkatkan *Brand Awareness*.