

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Permasalahan

Semenjak adanya teknologi yang semakin canggih, maka tidak heran apabila semakin banyak orang juga yang bergantung pada teknologi tersebut. Hal ini tidak dapat dipungkiri, karena keberadaan teknologi dapatlah membantu banyak orang dalam melakukan berbagai pekerjaan. Penciptaan teknologi tercipta untuk pemenuhan kebutuhan manusia yang selalu berubah-ubah. Oleh sebab itu, teknologi yang telah ditemukan saat ini dapatlah terus berkembang seiring berjalannya waktu. Dengan adanya kemudahan dalam pemenuhan kebutuhan dari berbagai temuan teknologi ini, dapatlah meningkatkan kualitas hidup seseorang.

Smartphone merupakan salah satu teknologi yang sering digunakan oleh banyak orang saat ini. Bahkan orang yang memiliki *smartphone* tidaklah mengenal umur, *gender*, ataupun kelas sosial seseorang. Selain itu, penggunaan *smartphone* cukuplah fleksibel karena dapat digunakan tanpa terbatas ruang dan waktu untuk berbagai kegiatan. Hanya melalui *smartphone* pengguna dapat membaca berita terkini, memesan ojek *online*, membeli barang di *online shop*, sebagai dompet elektronik, hingga melihat berbagai konten menarik di media sosial.

Saat ini, penggunaan media sosial cukuplah marak di Indonesia karena mudah diakses melalui *smartphone*. Berdasarkan data laporan yang telah didapat oleh *we are social*, rata-rata masyarakat Indonesia menggunakan media sosial selama 197 menit atau 3 jam 17 menit setiap harinya (Dihni, 2022). Hal ini membuktikan bahwa setiap hari setidaknya masyarakat Indonesia akan meluangkan waktunya yang cukup lama untuk menggunakan media sosial. Melihat lama penggunaan media sosial oleh masyarakat Indonesia ini, terdapat berbagai peluang yang bisa dimanfaatkan oleh beberapa pihak. Salah satu peluang tersebut antara lain penggunaan media sosial sebagai tempat mempromosikan produk barang/jasa suatu bisnis atau pemasaran media sosial.

Pemasaran media sosial merupakan jenis model pemasaran internet untuk mencapai target pemasaran dengan berpartisipasi dalam berbagai jaringan media sosial (Arief dan Millianyani, 2015). Jika dibandingkan dengan pemasaran tradisional yang berupa seperti pemasaran dengan penyebaran brosur ataupun pemasangan *billboards*, pemasaran media sosial kini lebih diminati karena memiliki banyak kelebihan. Kelebihan pemasaran media sosial antara lain memiliki jangkauan luas dalam mencari calon konsumen, biaya yang lebih hemat, hingga mudah diakses. Kemudian, kekurangan pada pemasaran ini yakni konsumen haruslah memiliki alat elektronik seperti *smartphone* dan terhubung dengan internet. Jadi apabila target konsumen berada di tempat yang tidak terhubung dengan internet ataupun tidak memiliki alat elektronik *smartphone*, maka pemasaran media sosial ini tidaklah sampai kepada target konsumen.

Pada saat ini, media sosial Instagram adalah salah satu media yang banyak digunakan oleh pengguna internet. Melalui penyampaiannya yang dapat menjangkau luas dan hemat biaya, Instagram juga memiliki berbagai fitur pendukung yang bisa digunakan bagi pelaku bisnis dalam melakukan kegiatan promosi (Lontoh *et al.*, 2020). Tidak hanya dengan fitur untuk mengunggah foto pada akun, kini Instagram juga mampu untuk mengunggah video. Selanjutnya, fitur video ini pun mulai berkembang menjadi *Instastory* yang akan tampil selama 24 jam sejak diunggah oleh pengguna.

Di zaman sekarang yang selalu memudahkan pekerjaan orang, terdapat banyak aplikasi atau *website* pendukung lainnya yang bisa dimanfaatkan dalam desain konten promosi di Instagram. Aplikasi atau *website* pendukung ini dapatlah digunakan untuk mendapatkan *asset* foto, *asset* ilustrasi, *asset* audio, *asset* video, hingga *template* desain tertentu. Pada umumnya, dengan melakukan langganan berbayar pada aplikasi atau *website* tersebut pengguna akan mendapatkan banyak fitur bermanfaat yang bisa digunakan jika dibandingkan dengan pengguna gratis (tidak berbayar). Keuntungan yang bisa diperoleh dari layanan berbayar ini antara lain seperti pengguna dapat mengunduh *asset* tanpa batas serta memiliki *files* kualitas tinggi. Tidak hanya itu, pengguna juga tidak perlu untuk mencantumkan atribusi sang kreator ketika menggunakan desainnya.

Melihat kemudahan yang bisa dimanfaatkan dari berbagai aplikasi ataupun *website* pendukung ini, maka dari itu tidak jarang apabila banyak pelaku bisnis yang secara mandiri melakukan pemasaran media sosial di Instagram agar meningkatkan jangkauan promosi produknya. Walaupun terdapat banyak media pendukung yang bisa digunakan, akan tetapi ada saja pelaku bisnis yang memiliki sedikit wawasan dan kemampuan dalam memaksimalkan kegiatan pemasaran media sosial. Karena munculnya permasalahan tersebut, perusahaan Sociapost hadir untuk memberikan jasa profesional kepada pelaku bisnis yang kesulitan dalam melakukan pemasaran media sosial.

Perusahaan Sociapost merupakan perusahaan *social media agency* yang telah didirikan oleh Benny Santoso sejak tahun 2020 lalu. Timbulnya pandemi Covid-19 pada tahun 2020 menjadi salah satu faktor penyebab perusahaan *social media agency* mulai bermunculan. Menurut *we are social*, terdapat peningkatan sebesar 321 juta pengguna aktif media sosial pada Januari 2019 hingga Januari 2020 (Riyanto, 2021). Peningkatan yang terjadi ini menggambarkan bagaimana banyak orang mulai berkegiatan secara online akibat pandemi. Adapun beberapa pengguna media sosial tersebut merupakan pelaku bisnis yang mengubah kegiatan penjualannya menjadi secara online. Selanjutnya, terdapat pelaku bisnis tersebut yang memerlukan perusahaan *social media agency* seperti Sociapost untuk membantu mereka dalam promosi produk/jasa pada media sosial. Untuk itu, Sociapost menawarkan jasa profesional pada bidang digital dengan biaya hemat untuk hasil dan kualitas yang terbaik kepada para *clientnya*.

Agar dapat mengetahui proses desain konten promosi di media sosial Instagram pada perusahaan *social media agency*, maka penulis melakukan Praktik Kerja Lapangan di divisi produksi bagian desain grafis pada perusahaan Sociapost selama 3 bulan. Adapun penulisan Praktik Kerja Lapangan ini berjudul “Desain Grafis Pemasaran Media Sosial di PT. Cipta Kreativitas Nasional (Sociapost) Guna Meningkatkan Jangkauan Promosi Bisnis *Client*” yang dibimbing oleh Bapak Aditya Nirwana, S.Sn., M.Sn. selaku dosen program studi Desain Komunikasi Visual Universitas Ma Chung.

1.2 Batasan Masalah

Berikut merupakan batasan-batasan masalah dalam pelaksanaan PKL di Sociapost:

- a) PKL dilaksanakan dalam divisi tim produksi desain grafis di Sociapost yang bertugas sebagai pembuat konten grafis Instagram untuk sebelas *client* Sociapost.
- b) PKL dilaksanakan selama 3 bulan, yakni mulai tanggal 4 Juli 2022 hingga 7 Oktober 2022 secara *work from home (online)*.

1.3 Tujuan dan Manfaat PKL Bagi Mahasiswa dan Perusahaan

1.3.1 Tujuan

Tujuan mahasiswa melaksanakan kegiatan PKL di Sociapost adalah sebagai berikut:

- a) Memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengetahui proses kerja di perusahaan *social media agency*.
- b) Memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mempraktikkan serta mengembangkan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan pada PKL sesuai standar yang ada pada perusahaan.
- c) Memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mendapatkan pengalaman pada dunia kerja secara langsung yang tidak didapatkan selama perkuliahan.
- d) Sebagai pemenuhan syarat dari mata kuliah Praktik Kerja Lapangan (PKL).
- e) Pelaksanaan PKL sebagai salah satu syarat kelulusan di Universitas Ma Chung.

1.3.2 Manfaat

- a) Bagi Mahasiswa

Manfaat yang didapatkan bagi mahasiswa selama PKL di Sociapost sebagai berikut:

- 1) Mahasiswa mendapatkan pengetahuan dan pengalaman baru pada sistem kerja bersama tim divisi produksi perusahaan *social media agency* secara langsung.

- 2) Membantu mahasiswa dalam meningkatkan serta mengembangkan *skill* yang dimilikinya.
- 3) Mahasiswa dapat memahami keadaan lapangan dunia kerja sesungguhnya.
- 4) Mahasiswa dapat belajar berinteraksi secara langsung pada dunia kerja sesuai etika profesi yang ada.

b) Bagi Universitas

Manfaat yang didapatkan bagi Universitas selama PKL di Sociapost sebagai berikut:

- 1) Universitas dapat menjalin relasi baik dengan pihak perusahaan yang berkaitan.
- 2) Memperkenalkan Universitas Ma Chung sebagai instansi pendidikan.
- 3) Dapat membantu dalam meningkatkan serta mengembangkan kualitas mata kuliah universitas sesuai kebutuhan industri.

c) Bagi Perusahaan

Manfaat yang didapatkan bagi perusahaan selama PKL di Sociapost sebagai berikut:

- 1) Dapat menjalin hubungan serta kerjasama dengan Universitas Ma Chung.
- 2) Membantu perusahaan dalam pemenuhan kebutuhan desain oleh mahasiswa selama periode PKL berlangsung.