

# **BAB I PENDAHULUAN**

## **1.1 LATAR BELAKANG MAGANG**

Berkembangnya zaman menuju ke arah digital mengharuskan setiap individu untuk beradaptasi. Menurut data dari We Are Social tercatat bahwa jumlah pengguna aktif sosial media di Indonesia berjumlah 167 juta orang terhitung pada bulan Januari 2023 yang sama jumlahnya dengan 60,4% populasi dalam negeri, dengan durasi penggunaan internet selama 7 jam 42 menit dalam setiap harinya (Widi, 2023). Data tersebut menunjukkan bahwa sosial media sebagai tempat masyarakat era digital melakukan aktivitasnya sehari-hari. Oleh sebab itu posisi digital marketing cukup penting dan signifikan hadirnya di sebuah perusahaan apabila Perusahaan tersebut menginginkan kemajuan di dunia digital.

Digital marketing itu sendiri diartikan oleh Dave Chaffey merupakan pencapaian tujuan pemasaran dengan menerapkan teknologi dan media-media digital (Chaffey & Chadwick, 2023). Secara dalam isi konten, pemasaran digital tidak beda jauh dengan marketing pada umumnya, hanya pembedanya terletak pada kesempatan untuk bisa berinteraksi langsung dengan calon pembeli ketika produk dipasarkan melalui internet sehingga selain tujuan meningkatkan grafik penjualan produk/jasa tetapi bisa juga menambah eksistensi dari produk/jasa yang ditawarkan di internet. Kemampuan yang harus dimiliki oleh seorang pekerja digital marketing adalah kemampuan komunikasi yang baik, pengetahuan terkait tools yang digunakan, kemampuan editing konten foto dan video, mengikuti perkembangan dunia digital, kemampuan penyusunan perencanaan konten, dan manajemen waktu. Selain itu ada tanggungjawab yang harus dilakukan oleh seorang digital marketing yaitu membuat strategi planning konten, melakukan editing pada foto dan video, menerapkan sosial media marketing, melakukan analisis serta komparasi terhadap konten sosial media kompetitor, dan menuliskan report terkait pelaksanaan pemasaran digital yang sudah dilakukan untuk menjadi bahan evaluasi.

Kemampuan dan tanggung jawab yang dijalankan seorang digital marketing dasarnya adalah memasarkan produk atau jasa yang dijual oleh institusi atau sebuah perusahaan lalu dipasarkan melalui internet dengan berbagai aplikasi media sosial seperti Tiktok, Facebook, Instagram, dan masih banyak media yang lain. Dalam laporan ini khusus merujuk pada perusahaan PT Kimia Farma Tbk dalam memasarkan produk dari berbagai anak brand turunan Kimia Farma itu sendiri seperti Batugin, Enkasari, Citamin, Fituno, Salicyl, Asifit, Marcks, Marcks Teens, dan Venus Cosmetics. Dalam pembuatan konten marketing di sosial media brand tersebut cenderung dinamis tetapi tetap terjadwal dengan baik, seperti dalam sebulan untuk satu brand saja bisa mengunggah konten di sosial media dengan frekuensi sebanyak 8 sampai 10 konten reguler.

Pengalaman yang didapat praktikan dalam menjalankan tugas sebagai digital marketing adalah suatu pengalaman yang cukup berharga dan berguna untuk masa depan karir praktikan, mungkin ada beberapa teori dan konsep yang sudah dipelajari praktikan selama menjalani kuliah hanya sebagian kecil dari apa yang telah praktikan pelajari selama melakukan kegiatan magang di perusahaan PT Kimia Farma Tbk. Praktikan juga merasa sangat terbantu dengan program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) yang bisa memberikan kesempatan kepada praktikan untuk bisa merasakan pengalaman magang dengan durasi yang cukup panjang yaitu selama 5 bulan sehingga akan banyak pelajaran berharga yang diterima praktikan dalam praktik di dunia kerja. Pengalaman yang diterima praktikan selama melakukan kegiatan magang akan di coba untuk di uraikan dengan sejelas mungkin yang dituangkan dalam bentuk laporan ini. Semoga pengalaman yang praktikan peroleh selama kegiatan magang dapat menjadi pelajaran penting bagi pembaca yang mungkin memiliki ketertarikan untuk bekerja di posisi digital marketing suatu perusahaan.

Pengalaman bekerja atau magang menurut praktikan sangat penting karena mengingat setiap tahunnya akan banyak jutaan lulusan mahasiswa terbaru yang terdiri dari berbagai latar belakang jurusan, fakultas yang terdapat di seluruh Indonesia. Oleh karena itu diperlukannya

kemampuan tingkat tinggi serta pengalaman yang beragam agar bisa bersaing untuk mendapatkan masa depan pekerjaan atau jenjang karir yang terbaik. Karena dalam magang selain bisa berkesempatan untuk eksplorasi dunia kerja yang cukup beragam praktikan juga memiliki kesempatan untuk membangun relasi atau networking yang sangat luas yang akan berguna bagi masa depan karir praktikan.

Program kegiatan magang juga memiliki kontribusi yang baik bagi para mahasiswa untuk meningkatkan kemampuan atau melatih soft skill dan hard skill para mahasiswa untuk di dunia kerja. Soft skills yang dimaksud adalah kemampuan untuk berkomunikasi dengan baik, beradaptasi, dan mengelola kerjasama tim. Sedangkan hard skill merupakan kemampuan yang yang perlu pelatihan khusus di dalam diri individu. Soft skill berperan cukup penting dalam keberlangsungan kerja para karyawan karena langsung menyangkut dengan masalah sikap dan perilaku karyawan yang apabila baik buruknya sikap dan perilaku tersebut bisa mempengaruhi pekerjaan di suatu perusahaan. Dengan adanya kegiatan magang ini diharapkan bisa mengarahkan mahasiswa setelah lulus dari universitas guna membentuk keterampilan dan kompetensi yang kompatibel dengan dunia kerja.

Praktikan berharap dengan mengikuti kegiatan MBKM (Merdeka Belajar Kampus Merdeka) di masa perkuliahan ini dengan durasi magang selama 5 bulan atau selama satu semester ini dapat memberikan pengalaman yang berharga dari program MBKM ini yang telah dijalankan pemerintah melalui dukungan kebijakan Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Jaya dengan perusahaan PT Kimia Farma Tbk melalui FHCI (Forum Human Capital Indonesia) Kementerian BUMN Magenta (Magang Generasi Bertalenta) yang membuka kesempatan bagi mahasiswa untuk berkembang melalui program yang telah disediakan dan membantu pemerintah Indonesia untuk menciptakan generasi lulusan universitas yang baik dan bisa sesuai dengan kompetensi perusahaan-perusahaan.

## **1.2 MAKSUD DAN TUJUAN MAGANG**

### **1.2.1 Maksud Kegiatan Magang**

Adapun maksud dari kegiatan kerja profesi (magang) praktikan sebagai digital marketing PT Kimia Farma Tbk (Holding) BUMN Farmasi adalah sebagai berikut:

- a) Mempelajari pengalaman untuk bekerja secara langsung dalam bidang ilmu komunikasi khususnya pada bagian *digital marketing* (pemasaran *digital*).
- b) Melatih dan meningkatkan kemampuan secara technical (*hard skill*) dan keterampilan kepribadian non-teknis (*soft skill*) dalam perusahaan kementerian BUMN.
- c) Mempelajari bagaimana pembuatan konten digital marketing yang dimulai dari perencanaan, produksi, hingga pengunggahan konten.
- d) Mempelajari tentang bagaimana strategi pemasaran digital yang dilakukan oleh brand dari perusahaan PT Kimia Farma Tbk
- e) Memahami alur kerja (*work flow*), budaya, dan mekanisme kerja di perusahaan kementerian BUMN terutama di PT Kimia Farma Tbk
- f) Membangun hubungan baik dengan sesama karyawan maupun dengan atasan di divisi *marketing* maupun *digital marketing* PT Kimia Farma Tbk

### 1.2.2 Tujuan Kegiatan Magang

Tujuan dari kegiatan magang praktikan sebagai *digital marketing* di PT Kimia Farma Tbk adalah sebagai berikut :

- a) Mendapatkan pengalaman bekerja terkait dengan bidang digital marketing;
- b) Mampu melakukan *content planning* untuk sosial media brand perusahaan PT Kimia Farma Tbk mulai dari perencanaan, produksi, sampai pengunggahan konten di sosial media;
- c) Mampu belajar untuk menjadi talent yang baik untuk konten marketing yang di produksi;

- d) Mampu melatih *public speaking* dengan menjadi host untuk live streaming untuk marketing brand perusahaan PT Kimia Farma Tbk;
- e) Mempelajari secara langsung dan memahami bagaimana proses mekanisme kerja dan cara berkomunikasi di sebuah perusahaan kementerian BUMN;
- f) Memahami kompetensi untuk lulusan sarjana yang sangat dibutuhkan untuk industri di era sekarang ini;
- g) Menerapkan teori dan konsep yang telah dipelajari selama perkuliahan dan mengaplikasikannya selama menjalani kegiatan magang;
- h) Wujud komitmen mahasiswa dengan Universitas Pembangunan Jaya sebagai upaya dari dukungan untuk program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM).

### 1.3 TEMPAT MAGANG

PT Kimia Farma Tbk (Holding) merupakan perusahaan industri farmasi pertama di Indonesia yang dibentuk oleh Pemerintahan Hindia Belanda yang masih beroperasi hingga saat ini. PT Kimia Farma Tbk memiliki berbagai anak brand perusahaan yang terbagi menjadi dua bagian yang pertama adalah brand OTC seperti Batugin, Asifit, Fituno, Citamin, Fermol, Fitocare, Salicyl, Enkasari dan brand kedua adalah kosmetik seperti Marcks, Marcks Teen's dan Venus Cosmetics.

Kantor PT Kimia Farma Tbk berpusat di Jalan Veteran Jakarta Pusat yang sesuai dengan tempat praktikan magang, lokasi tepatnya ada di Jl. Veteran No.9, RT.2/RW.3, Gambir, Kecamatan Gambir, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10110. Seluruh kegiatan perusahaan farmasi PT Kimia Farma Tbk berpusat di tempat praktikan magang seperti pekerjaan Finance, Development, Marketing, Procurement, Human Capital, dan sebagainya. Direktur utama PT Kimia Farma Tbk yang berada di bawah naungan Kementerian BUMN sekarang adalah David Utama.

#### 1.4 JADWAL PELAKSANAAN MAGANG

Jadwal pelaksanaan magang yang telah dilaksanakan oleh praktikan adalah mulai per tanggal 20 Juli 2023 sampai dengan 29 Desember 2023, yakni dilakukan selama lima bulan. Pada awalnya praktikan melakukan praktik magang mulai dari senin hingga dengan jumat mulai pukul 07.30 sampai 16.00 WIB. Total jam kerja magang yang telah dijalankan adalah kurang lebihnya sekitar 1.024 jam. Sistem magang yang dijalankan oleh praktikan adalah WFO (Work From Office), dan turun ke lapangan.

No	Kegiatan	Bulan																											
		Juli			Agustus				September				Oktober				November				Desember								
		2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4					
1.	Membuat CV untuk lamaran kerja																												
2.	Registrasi Akun FHCI BUMN Magenta (Magang Generasi Bertalenta)																												
3.	Dinyatakan lolos secara administrasi																												
4.	Mengikuti sesi wawancara oleh pihak PT. Kimia Farma Tbk																												
5.	Dinyatakan lolos menjadi peserta magang di PT. Kimia Farma Tbk																												

6.	Pelaksanaan Magang di PT. Kimia Farma Tbk																			
7.	Bimbingan magang 1 dengan Dospem																			
8.	Membuat laporan akhir magang																			
9.	Bimbingan magang 2 dengan dospem																			
10.	Pengumpulan Laporan Magang																			

**Tabel 1. 1** Jadwal Kegiatan praktikan Magang di PT. Kimia Farma Tbk

Berikut merupakan penjelasan teknis terkait jadwal kegiatan magang praktikan di PT. Kimia Farma Tbk :

1. Praktikan membuat CV dan melengkapi LinkedIn yang akan disertakan dalam lamaran magang.
2. Setelah dokumen lamaran kerja termasuk dengan CV yang dibutuhkan untuk melamar magang sudah selesai dibuat maka praktikan melakukan registrasi di akun FHCI BUMN Magenta.
3. Setelah mengikuti rangkaian registrasi akun dan lamaran ke perusahaan PT Kimia Farma Tbk (Holding), praktikan diberikan kabar oleh HRD perusahaan bahwa praktikan telah lolos dalam tahapan kelengkapan administrasi.

4. Kemudian praktikan diberikan jadwal untuk melakukan sesi wawancara langsung oleh user perusahaan PT Kimia Farma Tbk (Holding) di unit Digital Marketing agar memastikan bahwa praktikan sesuai atau kompeten dengan kebutuhan perusahaan.
5. Setelah mengikuti rangkaian wawancara praktikan diberikan kabar Kembali bahwa praktikan telah lolos dan dinyatakan sebagai peserta magang Magenta BUMN di perusahaan PT Kimia Farma Tbk (Holding).
6. Selanjutnya praktikan mulai melakukan magang / praktik kerja di Perusahaan PT Kimia Farma Tbk (Holding) selama lima bulan yakni mulai dari tanggal 20 Juli 2023 sampai 29 Desember 2023. Selama kegiatan magang praktikan turut mengaplikasikan teori dan konsep yang sudah dipelajari selama masa studi perkuliahan praktikan di Universitas Pembangunan Jaya dalam menyelesaikan tugas dalam magang atau praktik kerja.
7. Praktikan melakukan bimbingan dengan dosen pembimbing di universitas untuk memberikan progress dan hambatan atau kendala yang dihadapi praktikan selama kegiatan magang. Bimbingan dilakukan pada bulan Oktober dengan pembahasan terkait dengan progress magang dan segala hal yang harus dipersiapkan untuk Menyusun laporan akhir MBKM dan di bulan November praktikan berfokus untuk menyusun laporan akhir MBKM.
8. Praktikan mulai Menyusun laporan magang MBKM mulai dari Oktober minggu ke dua berdasarkan pengalaman selama melakukan magang yang sudah dilaksanakan. Dalam penyusunan ini praktikan juga melakukan pengumpulan data melalui buku, jurnal, dan website untuk segala informasi yang dibutuhkan praktikan dalam penyusunan laporan akhir dan juga praktikan melakukan wawancara dengan mentor selaku supervisor digital marketing dan juga mewawancarai head of digital marketing untuk mencari informasi tambahan terkait



dengan perusahaan PT Kimia Farma Tbk. Praktikan juga turut mempersiapkan dokumen administrasi yang dibutuhkan untuk kelengkapan laporan magang MBKM.

9. Praktikan mengumpulkan laporan magang pada awal minggu di Bulan Desember sesuai dengan tenggat waktu yang ditentukan oleh Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Jaya yakni 1 Desember 2023.

