

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media sosial pada era digital ini sangat berpengaruh untuk meningkatkan *brand awareness*. Penggunaan media sosial saat ini sudah sangat meningkat. Semua orang mulai menggunakan media sosial, masyarakat menggunakan media sosial untuk menemukan hal-hal baru, mencari teman, berbagi informasi, dan lainnya.

Data kuantitatif dari penggunaan media sosial, khususnya Facebook dan Twitter di Indonesia mencapai 150 juta orang. Penggunaan media sosial Instagram di Indonesia pada Oktober 2021 mencapai 91,01 juta pengguna. Dan jumlahnya akan meningkat pada setiap tahunnya. Mayoritas pengguna media sosial di Indonesia adalah dari kelompok usia 18-24 tahun yaitu sebanyak 33,90 juta [1]. Dari data statistik tersebut bisa dimanfaatkan oleh perusahaan untuk mengembangkan peluang baru atau hanya untuk bisa bertahan ditengah persaingan.

PT. Citi Asia Internasional merupakan sebuah perusahaan konsultan manajemen dan pembangunan *smart city* yang memiliki visi untuk mendukung kemajuan pengembangan di Indonesia. Bergerak pada bidang konsultan, bisnis, teknologi, dan pengembangan *smart city*. PT. Citi Asia Internasional merupakan salah satu Mitra dari Program Kampus Merdeka yang diselenggarakan oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi dengan tujuan untuk meningkatkan lulusan mahasiswa yang memiliki kompetensi baik dari *soft skills* maupun *hard skills* agar lebih siap untuk memasuki dunia kerja secara nyata dan untuk mendapatkan pengalaman secara profesional.

Visi dari PT. Citi Asia Internasional adalah menjadi mitra terdepan yang menyediakan jasa konsultasi bagi sektor publik dan swasta untuk membantu mewujudkan dan membawa kemajuan bangsa. Misi dari PT. Citi Asia Internasional adalah untuk membantu Lembaga pemerintah, serta pelaku bisnis dengan menyediakan solusi yang aplikatif melalui jasa riset, pelatihan, konsultasi, dan pembangunan untuk menghasilkan inovasi yang berkelanjutan dan menakjubkan guna mewujudkan kehidupan yang lebih baik serta menciptakan kesetaraan diantara individu, masyarakat, dan lingkungan [2].

Selama melakukan kegiatan magang, Penulis mendapatkan tanggung jawab untuk mengerjakan bagian *Content Designer* untuk kebutuhan konten media sosial @smartnation.id. Pengaruh desain sangat besar karena desain akan memberikan kesan pertama bagi setiap orang yang melihat konten tersebut. Desain yang dituangkan harus membantu untuk merepresentasikan pesan yang ingin disampaikan. Sehingga penulis tertarik untuk menyusun laporan magang dengan judul "Pembuatan Desain Konten Untuk Pengembangan Media sosial Di PT. Citi Asia Internasional".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang dibahas sebagai berikut:

1. Desain yang dibuat kurang mudah dipahami dari tampilan visualnya.
2. Desain yang dibuat sangat monoton dan kurang bervariasi.

1.3 Tujuan

Tujuan dari pembuatan proyek akhir di PT. Citi Asia Internasional adalah sebagai berikut:

1. Mampu membuat desain yang mudah dipahami dari tampilan visualnya.
2. Mampu membuat desain yang bervariasi.

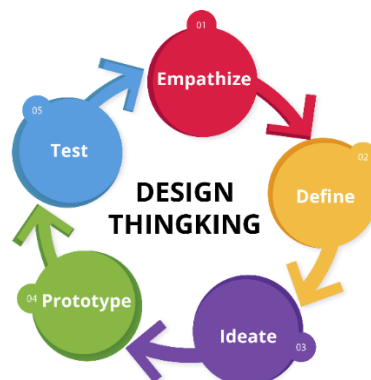
1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah dari pengerjaan proyek akhir ini sebagai berikut:

1. Topik konten yang diangkat adalah tentang edukasi, teknologi, dan bisnis.
2. Warna yang digunakan pada desain konten dominan merah dan putih.

1.5 Metode Pengerjaan

PT. Citi Asia Internasional mengembangkan media sosial untuk meningkatkan *engagement* dan *brand awareness*. Salah satu media sosial yang dikembangkan adalah Instagram. Pengembangan ini dilakukan dengan memposting konten-konten menarik dan bermanfaat yang membuat audiens tertarik untuk melihat. Lingkup kerjanya dalam pengembangan media sosial adalah sebagai *Content Designer* yang berada pada divisi *Content Creator*. Setiap pengerjaan konten selalu didampingi oleh mentor yang telah ditentukan dari mitra. Dalam pembuatan desain konten menggunakan metode *design thinking*.



Gambar 1. 1 Metode *Design thinking*

Metode *design thinking* terdiri dari 5 tahap yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *Test*. Berikut ini adalah tahapannya:

1. *Empathize*

Tahapan pertama adalah *empathize*. Tahap ini dilakukan untuk mendapatkan pemahaman tentang masalah yang ada pada salah satu media sosial Instagram di Citiasia Inc yaitu @smartnation.id. Tahapan ini dilakukan dengan metode riset dan diskusi untuk mengetahui konten yang diinginkan oleh audiens.

2. *Define*

Tahapan kedua adalah *define*. Tahap ini adalah hasil riset dan diskusi dari tahap *empathize* untuk menentukan beberapa persoalan utama yang ada di Instagram @smartnation.id.

3. *Ideate*

Tahapan ketiga adalah *ideate*. Tahap ini digunakan untuk menemukan solusi-solusi terhadap kendala yang ditemukan untuk konten Instagram @smartnation.id

4. *Prototype*

Tahapan keempat adalah *prototype*. Tahap ini kami membuat rancangan alur untuk pembuatan konten Instagram. Mulai dari alur pembuatan konten sampai dengan alur pembuatan desain untuk konten Instagram.

5. *Test*

Tahapan kelima adalah *Test*. Tahap ini adalah gabungan dari tahapan-tahapan yang telah dilakukan sebelumnya yang digunakan untuk mengetahui *feedback* dari audiens terhadap konten Instagram yang telah dibuat dan diunggah di media sosial Instagram @smartnation.id.