

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital yang berkembang pesat ini, media sosial telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Bisnis harus menyesuaikan diri dengan perilaku konsumen yang semakin digital-sentris. Mereka juga harus memanfaatkan media sosial sebagai alat pemasaran yang efektif. Sebagai perusahaan pertanian, PT Benih Citra Asia memiliki potensi besar untuk memperluas pasar dan meningkatkan kesadaran merek melalui strategi pemasaran digital yang tepat.

Sebagai salah satu daerah pertanian terbesar di Indonesia, Kabupaten Jember memiliki potensi pasar yang besar untuk produk pertanian, termasuk benih. Namun, PT Benih Citra Asia harus memiliki strategi pemasaran yang inovatif dan berhasil untuk memenangkan persaingan di pasar benih yang semakin ketat. Mengingat penetrasi internet dan penggunaan media sosial oleh petani dan masyarakat umum semakin meningkat, penggunaan media sosial sebagai platform digital dapat menjadi solusi yang tepat.

PT Benih Citra Asia memiliki banyak keuntungan dari pendekatan pemasaran digital berbasis konten media sosial. Dengan menggunakan konten yang menarik dan relevan, perusahaan dapat menjalin hubungan dengan pelanggan, meningkatkan kesadaran merek, dan meningkatkan penjualan. Konten media sosial juga dapat digunakan untuk mengajarkan pelanggan tentang produk-produk benih terbaik PT Benih Citra Asia serta memberikan informasi tentang praktik pertanian yang unggul.

Strategi pemasaran digital berbasis konten media sosial tidaklah mudah untuk diterapkan. Perusahaan harus memiliki pemahaman yang mendalam tentang jenis konten yang efektif, target audiens, dan platform media sosial yang berbeda. Mereka juga harus melakukan evaluasi rutin terhadap strategi pemasaran mereka dan mengubahnya jika diperlukan. Dengan demikian, tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pemasaran digital berbasis konten media sosial yang diterapkan oleh PT Benih Citra Asia. Penelitian ini akan menyelidiki jenis konten media sosial yang

berfungsi dengan baik untuk meningkatkan pengetahuan merek dan penjualan produk PT Benih Citra Asia. Selain itu, penelitian ini juga akan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi seberapa baik PT Benih Citra Asia menerapkan strategi pemasaran digital berbasis konten media sosial.

1.2 Tujuan dan Manfaat

1.2.1 Tujuan Umum Magang

- a. Memberikan mahasiswa kajian untuk memperoleh pengetahuan dan keterampilan baru serta pengalaman baru melalui kegiatan di perusahaan atau industri yang menjadi tempat magang
- b. Melatih mahasiswa untuk menyelesaikan berbagai *job deks* yang relevan dengan bidang keahliannya.
- c. Melatih mahasiswa untuk berpikir kritis dan menggunakan daya nalarnya dengan memberikan komentar atau pendapat yang rasional tentang kegiatan yang dilakukan dalam bentuk laporan kegiatan

1.2.2 Tujuan Khusus Magang

- a. Mengumpulkan berbagai data dan informasi yang berkaitan dengan perusahaan untuk membuat konten yang informatif dan menarik
- b. Mengidentifikasi jenis konten media sosial (misalnya, postingan gambar, video, artikel blog) yang paling efektif dalam menarik perhatian dan meningkatkan *engagement* audiens PT Benih Citra Asia.
- c. Menganalisis data penjualan untuk melihat apakah ada korelasi antara aktivitas pemasaran digital di media sosial dengan peningkatan penjualan produk benih PT Benih Citra Asia.

1.2.3 Manfaat Magang

- a. Terlatih untuk melakukan pekerjaan lapangan dan memperoleh berbagai keterampilan yang sesuai dengan bidang keahliannya.
- b. Memberikan wawasan mendalam dan gambaran nyata tentang operasional perusahaan, serta dinamika dunia kerja yang sesungguhnya sebagai bekal untuk karir di masa depan.

- c. Memperoleh ide dan pandangan baru dari mahasiswa mengenai *trend* dan strategi pemasaran digital berbasis konten di media sosial.

1.3 Lokasi dan Waktu

Lokasi tempat pelaksanaan kegiatan magang ini bertempat di Kantor PT Benih Citra Asia di Jl. Akmaludin No. 26, Desa Wirowongso, Kab. Jember, Provinsi Jawa Timur Indonesia, Kode Pos : 68175. Pelaksanaan magang berlangsung selama lima bulan, terhitung mulai tanggal 14 Juli 2025 hingga 15 Desember 2025.

1.4 Metode Pelaksanaan

- a. Praktik Lapangan

Metode ini mahasiswa melakukan seluruh kegiatan secara langsung dengan arahan dari pembimbing di PT Benih Citra Asia.

- b. Wawancara

Metode ini mahasiswa melakukan wawancara atau tanya jawab baik langsung maupun tidak langsung, dengan karyawan, karyawan, dan pembimbing di PT Benih Citra Asia guna mengumpulkan data dan informasi yang dibutuhkan untuk bahan konten.

- c. Dokumentasi

Kegiatan pengumpulan, penyimpanan, dan pengelolahan segala informasi baik secara tertulis maupun digital yang berkaitan dengan kegiatan di PT Petro Karya Mandiri Gresik yang nantinya sebagai penguat laporan magang