

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, khususnya dalam bidang pemasaran dan branding. Media sosial menjadi salah satu sarana utama yang dimanfaatkan oleh pelaku usaha untuk membangun citra merek (branding) serta menjangkau audiens yang lebih luas secara efektif dan efisien (lihat penelitian Indonesia). Salah satu platform media sosial yang memiliki tingkat penggunaan dan interaksi yang tinggi adalah Instagram.

Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media berbagi foto dan video, tetapi juga berkembang sebagai media promosi digital yang strategis. Melalui fitur feed, story, reels, serta insight analytics, Instagram memungkinkan pelaku usaha untuk menyampaikan pesan merek secara kreatif, terstruktur, dan terukur (lihat penelitian Indonesia). Oleh karena itu, produksi konten digital yang berkualitas serta manajemen konten yang baik menjadi faktor penting dalam meningkatkan kekuatan branding suatu brand.

Awesam merupakan usaha yang bergerak di bidang konveksi yang menyediakan berbagai layanan, seperti sablon, bordir, penjualan kaos polos, serta layanan custom sesuai kebutuhan konsumen. Dalam upaya memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan branding, Awesam memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana promosi utama. Strategi pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran dinilai efektif karena mampu menjangkau konsumen secara luas dengan biaya yang relatif efisien serta memungkinkan interaksi dua arah antara brand dan konsumen (lihat penelitian Indonesia).

Awesam juga berada di bawah kepemilikan yang sama dengan akun Instagram @infomalangan, yaitu akun media sosial dengan jangkauan audiens yang besar dan tingkat engagement yang tinggi di Malang. Strategi kolaborasi konten (collaboration) antara akun dengan basis audiens besar dinilai mampu meningkatkan brand awareness dan kepercayaan konsumen terhadap suatu produk atau jasa. Melalui kolaborasi tersebut, konten promosi Awesam dapat menjangkau audiens yang lebih luas serta memperkuat citra brand di Instagram.

Berdasarkan uraian tersebut, laporan ini disusun untuk membahas implementasi produksi dan manajemen konten digital yang dilakukan oleh Awesam dalam upaya meningkatkan

branding di Instagram, termasuk pemanfaatan strategi kolaborasi dengan akun @infomalangan, dengan didukung oleh kajian pustaka yang relevan.

1.2 Tujuan dan Manfaat

1.2.1 Tujuan Umum Magang

Tujuan umum magang adalah untuk memberikan kesempatan kepada mahasiswa memperoleh pengalaman kerja nyata di dunia industri, khususnya dalam bidang produksi dan manajemen konten digital, sehingga mampu menerapkan teori yang diperoleh selama perkuliahan ke dalam praktik kerja secara langsung.

1.2.2 Tujuan Khusus Magang

Tujuan khusus dari pelaksanaan magang ini adalah sebagai berikut:

1. Mempelajari proses produksi konten digital Awesam yang digunakan sebagai media branding di Instagram.
2. Memahami manajemen konten digital yang diterapkan oleh Awesam untuk menjaga konsistensi identitas brand.
3. Menganalisis pemanfaatan strategi kolaborasi dengan akun @infomalangan dalam meningkatkan jangkauan dan branding Awesam.
4. Mengembangkan keterampilan mahasiswa dalam bidang digital branding dan pengelolaan media sosial.

1.2.3 Manfaat Magang

Manfaat yang diperoleh dari pelaksanaan magang ini antara lain:

1. **Bagi Mahasiswa** Menambah wawasan, pengalaman kerja, serta keterampilan praktis dalam bidang produksi konten digital dan manajemen media sosial.
2. **Bagi Perusahaan** Memberikan kontribusi ide dan tenaga dalam mendukung kegiatan produksi serta pengelolaan konten digital Awesam.
3. **Bagi Institusi Pendidikan** Menjadi bahan evaluasi keterkaitan antara teori perkuliahan dengan praktik di dunia industri.

1.3 Lokasi dan Waktu

Lokasi tempat pelaksanaan magang bertepatan di toko AWESAM PUSAT yang beralamat di Jl. Tj. Putra Yudha I No.47, Tanjungrejo, Kec. Sukun, Kota Malang, Jawa Timur 65147. Magang ini berlangsung dari 4 Agustus sampai 5 Desember 2025. Magang dilakukan dari

Senin hingga Sabtu mulai pukul 09.00 WIB hingga 16.00 WIB, dan terkadang juga melakukan WFH (Work From Home)

1.4 Metode Pelaksanaan

1. Praktik Lapangan

Mahasiswa melaksanakan kegiatan magang secara langsung di lingkungan kerja Awesam dengan bimbingan dari pembimbing lapangan.

2. Observasi

Mahasiswa melakukan pengamatan terhadap proses produksi konten digital, pengelolaan media sosial, serta strategi branding yang diterapkan.

Dokumentasi

Pengumpulan data berupa dokumen, foto, maupun arsip digital yang berkaitan dengan kegiatan produksi dan manajemen konten digital sebagai bahan penyusunan laporan.