

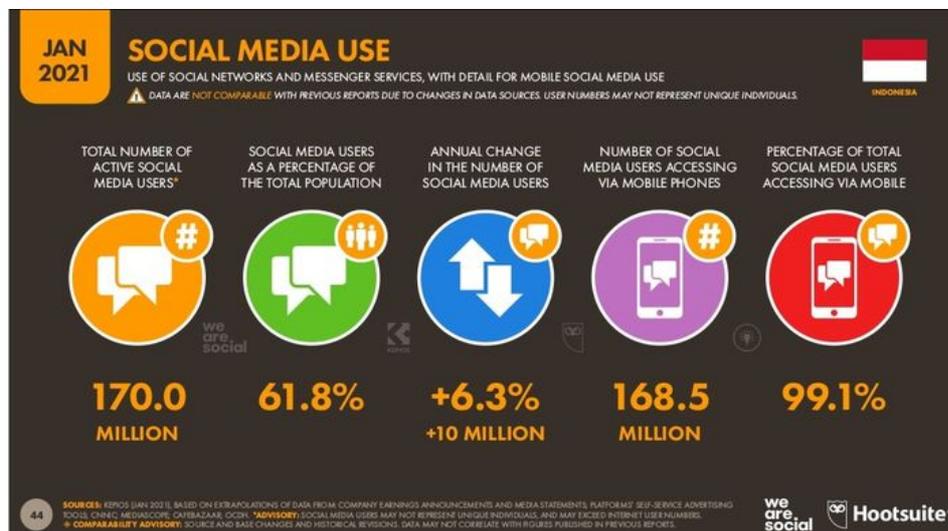
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi pada era ini menunjukkan penggunaan yang serba digital. Hal ini menjadi suatu salah satu alat baru dalam memasarkan suatu produk atau jasa. Dimana dalam perkembangannya harus ada revolusi dan inovasi. Teknik pemasaran yang berevolusi saat ini disebut sebagai *Digital Marketing* atau Marketing 4.0.

Gambar 1.1 Data pengguna media sosial di Indonesia



Sumber: www.tekno.kompas.com, 2021

Berdasarkan data We Are Social pada bulan Januari 2021 menyatakan pengguna media sosial aktif di Indonesia berjumlah sebanyak 170 juta orang yang artinya mereka menggunakan internet untuk menggunakan media sosial ini. Totalnya ada sekitar 61,8% dari total populasi penduduk di Indonesia. Kondisi ini menunjukkan lebih dari setengah penduduk Indonesia sudah memahami penggunaan internet dan menggunakan media sosial. Artinya pemanfaatan digital marketing dapat dilakukan dengan efektif dan memberikan dampak positif bagi suatu bisnis. Lewis sebagai pencipta AIDA (*Awareness, Interest, Desire, Action*), pertama kali digunakan dalam bidang periklanan dan penjualan. Namun seiring berjalannya waktu, sama dengan 4P, AIDA juga mengalami ekspansi serta modifikasi. Saat ini, dalam menyangkut pemahaman merk, pelanggan pasti berhubungan satu sama lain yang artinya AIDA sudah tidak efektif lagi dan

berdasarkan hal ini, jalurnya ditulis ulang menjadi 5A, yaitu *Aware, Appeal, Ask, Act, dan Advocate*. Dan hal untuk mencapai komponen tersebut adalah dengan melakukan *Content Marketing, Social Media Marketing, Online Advertising, Search Engine Optimization, Search Engine Marketing, dan Email Direct Marketing* (Kotler, Kartajaya, Setiawan & 2017, h. 56-59).

Davyncci Creative Agency merupakan agensi digital yang telah berdiri sejak tahun 2018 dan menyediakan berbagai jenis jasa untuk digital marketing. Berikut jasa yang disediakan oleh Davyncci Creative, yaitu *Content Marketing, Social Media Marketing, Online Advertising, Search Engine Optimization, Brand Development, Website Development, dan Creative Production*. Davyncci Creative membantu memaksimalkan potensi *digital marketing* melalui seluruh jasa yang ditawarkan (Davyncci Creative, 2018).

Dalam memilih tempat pelaksanaan kerja magang penulis mempertimbangkan hal seperti pengalaman dan relasi dari perusahaan serta *service* yang disediakan oleh perusahaan tempat kerja magang. Dari beberapa faktor tersebut, penulis tertarik untuk belajar memahami tentang dunia digital marketing dan industri kreatif saat ini karena sebagai perusahaan digital artinya perusahaan mengikuti perkembangan zaman memang diperlukan tampilan atau tawaran yang berbeda dibanding kompetitor lainnya.

1.2 Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Secara umum, tujuan pelaksanaan kerja magang ini dilakukan untuk memenuhi persyaratan kuliah yang telah ditentukan oleh Universitas Multimedia Nusantara. Selain itu, pelaksanaan kerja magang ini juga dilakukan untuk mencapai beberapa hal sebagai berikut,

- 1) Mempelajari arti dan aktivitas pengelolaan *Social Media Marketing* dan *Content Marketing* disebuah agensi pemasaran,
- 2) Mendapatkan pengalaman bekerja profesional guna meningkatkan standar diri untuk siap bekerja setelah menyelesaikan pendidikan sarjana.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Secara umum dalam program kerja magang yang telah ditetapkan dengan ketentuan prosedur oleh pihak kampus Universitas Multimedia Nusantara kepada mahasiswa, yaitu minimal 60 hari kerja bersih. Praktik kerja magang (*internship*) ini telah dilaksanakan dimulai pada tanggal 5 Oktober 2020 hingga 5 Januari 2021. Data pelaksanaan praktik kerja magang yang dilakukan sebagai berikut

Tabel 1.1 Jadwal Kegiatan Kerja Magang

Hari Kerja Magang	Waktu Kerja Magang
Senin - Jumat	09:00 - 18:00
Sabtu – Minggu (tentatif)	08:00 - 22:00

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Berikut prosedur praktik pelaksanaan kerja magang sesuai dengan ketentuan UMN.

- 1) Mencari informasi dari internet dan teman kuliah mengenai informasi magang.
- 2) Mengirimkan CV dan *cover letter* ke email DavynCI Creative.
- 3) Mendapatkan balasan email untuk melakukan interview di DavynCI Creative.
- 4) Melakukan interview sesuai hari dan tanggal yang ditentukan perusahaan.
- 5) Mengajukan permohonan Form KM 01.
- 6) Mendapatkan surat pengantar kerja magang atau KM 02 dari Universitas Multimedia Nusantara yang ditandatangani oleh Pak Inco selaku ketua program studi Strategic Communication dan diberikan kepada perusahaan tempat magang.
- 7) Mengisi form KM 03 yang ada di website UMN (my.umn.ac.id).

- 8) Melaksanakan praktik kerja magang sesuai dengan waktu yang telah ditentukan oleh kampus dan perusahaan serta mengisi form selama praktik kerja magang (KM 04 dan KM 05).
- 9) Setelah melakukan praktik kerja magang, penulis melengkapi form praktik kerja magang yaitu KM 06 yang diisi oleh perusahaan serta KM 07 yang ditandatangani perusahaan
- 10) Membuat susunan laporan praktik kerja magang dan melakukan sidang praktik kerja magang.