



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Digital marketing sudah tidak asing lagi bagi masyarakat umum untuk melakukan kegiatan *marketing*. Menurut Silvius (2016, p.139), pemanfaatan teknologi di era *new media* ini mendorong media sosial menjadi salah satu komponen penting dalam suatu kegiatan *marketing*. Perusahaan menggunakan *social media* untuk menggapain target pasar yang sudah direncanakan, karena *social media* menjangkau segmentasi lebih luas dengan biaya yang efisien. Keberadaan *social media marketing* digunakan dalam kesehariannya untuk berkomunikasi maupun melakukan kegiatan *marketing*. Perkembangan media sosial saat ini membuat masyarakat mendapatkan banyak informasi dan juga berita-berita yang diinginkan oleh pengguna.

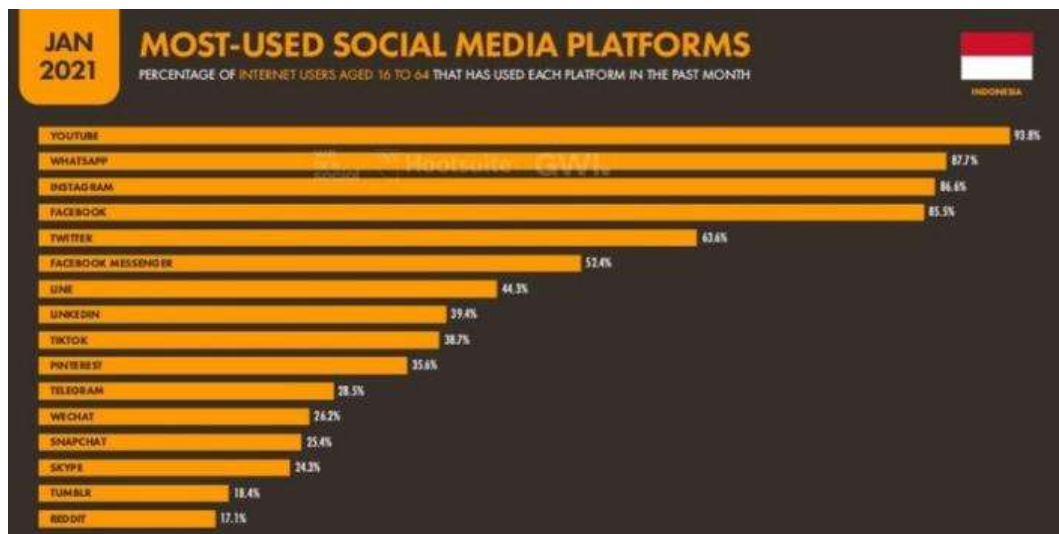
Menurut Chakti (2019, p.15), konsumen pada masa sekarang akan lebih terdorong untuk mencari informasi sebuah produk melalui media sosial milik penyedia jasa atau produk tertentu. Keunggulan selain mendapatkan informasi, digital media marketing juga memberikan akses ke toko penjual produk seperti *e-commerce* maupun akun resmi media sosial dari pemilik produk atau jasa tersebut. *E-commerce* juga memberikan pilihan yang berbeda dan harga yang disediakan beragam sesuai dengan peminatan calon konsumen.

U
M
N

U
N
I
V
E
R
S
I
T
A
S

M
U
L
T
I
M
E
D
I
A

N
U
S
A
N
T
A
R
A



(sumber Kemp, 2021)

Gambar 1.1 *Most-used social media platforms*

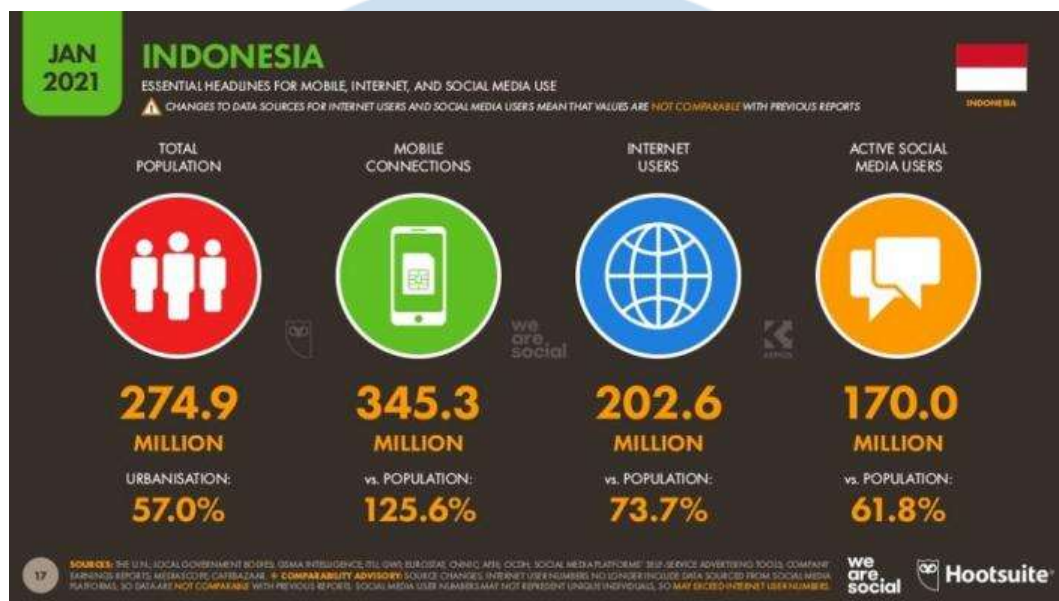
Berdasarkan gambar 1.1 tentang platforms penggunaan *social media* terbanyak yang digunakan oleh masyarakat Indonesia dapat disimpulkan bahwa YouTube merupakan peringkat pertama terhadap penggunaan *social media platforms*, sehingga *digital media marketing* dapat berpotensi meningkatkan suatu pertumbuhan bisnis terhadap perusahaan. Hal tersebut juga membuat perusahaan dapat mendorong bidang *digital media marketing* untuk lebih berinovasi dalam melakukan kegiatan *marketing*.

UMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA



(sumber Kemp, 2021)

Gambar 1.2 *Essential headlines for mobile, internet, and social media use*

Berdasarkan gambar 1.2 tentang penggunaan seluler, *internet* dan *social media* pada Januari tahun 2021, angka populasi di Indonesia mencapai 274,9 juta dan diantaranya terdapat pengguna aktif media sosial sebanyak 170 juta, sehingga aktivitas *digital marketing* melalui *social media* dilakukan untuk menjangkau segmentasi lebih luas demi tercapainya target dari perusahaan.

Social media marketing adalah istilah untuk menjelaskan sebuah proses dalam meningkatkan *brand awareness* ataupun lalu lintas sebuah *website* melalui jaringan media sosial (Andrews, 2014, p. 12). Pemilik akun resmi yang dipegang suatu perusahaan atau pemilik bisnis, harus mampu memberikan konten yang inovatif, menarik, dan tentunya relevan, agar konsumen/ calon konsumen tertarik dengan produk/ jasa yang diiklankan.

Kegiatan *digital media marketing* seperti membuat iklan dapat dilakukan juga melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, maupun YouTube. Sistem untuk melakukan periklanan melalui media sosial biasanya berbayar tergantung dari durasi dan segmentasi yang diinginkan dan pada

umumnya konten yang direncanakan mampu menarik perhatian konsumen agar iklan tersebut tidak diabaikan.

Di samping perusahaan yang mengharuskan untuk mengikuti era sekarang dengan menggunakan media sosial, perusahaan juga mampu bermitra (*partnership*) atau melaksanakan *sponsorship* dengan perusahaan *brand* lainnya. *Partnership* sendiri merupakan suatu bentuk kerjasama dua orang atau lebih, bisa dalam bentuk *brand* atau perusahaan yang bersama-sama memiliki sebuah bisnis dengan tujuan untuk menghasilkan laba keuntungan.

Kemitraan bisnis ini memang memiliki banyak keuntungan yang membuat *partnership* menjadi salah satu cara yang paling umum untuk mencapai kesuksesan dalam berbisnis. Berkolaborasi dengan bermitra dengan *brand* atau produk lain juga dapat dilakukan dengan hanya bertujuan untuk menaikkan *brand awareness* dari kedua produk tersebut. Tujuan dengan adanya berkolaborasi *brand* tersebut digabungkan untuk membuat konsumen lebih percaya terhadap suatu *brand* tersebut serta membuat ‘nama’ suatu *brand* menjadi naik.

Berbeda dengan *partnership*, *sponsorship* secara umum merupakan suatu dukungan finansial dari suatu perusahaan atau kepada suatu organisasi, seseorang, *brand* atau aktivitas yang ditukar dengan publisitas dari sebuah merek dan juga suatu hubungan. Dengan adanya *sponsorship*, penilaian hingga penjualan dari suatu produk/ merek dapat meningkat.

Sponsorship dan *partnership* yang dilakukan oleh PT. INTERCALLIN selain sebagai alternatif lain iklan, tentunya kegiatan ini juga dapat menjangkau publik lebih luas terhadap produk atau merek dari suatu *brand* perusahaan. *Sponsorship* dan *partnership* ini juga dapat mengenalkan produk secara *detail* kepada konsumen melalui *event* tertentu sehingga dapat menarik minat media untuk menjalin kerjasama, hingga meningkatkan citra dalam memperkuat ikatan, membangun hubungan konsumen dengan perusahaan dan mendukung suatu pemasaran atau kebijakan.

Baterai ABC Alkaline merupakan salah satu baterai yang diproduksi oleh PT. INTERCALLIN dan digunakan oleh masyarakat Indonesia karena mudah didapatkan, sehingga PT. INTERCALLIN menjadi daya tarik penulis untuk tidak

hanya mengetahui kinerja perusahaan dan proses alur kerja sebagai *digital marketer*, namun ingin mengetahui proses menjalin mitra dengan perusahaan/*brand* lain untuk memperoleh hasil yang baik dalam jangka waktu panjang

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas yang dilakukan oleh *digital media marketer* bertujuan untuk mengetahui sistem kerja secara nyata dalam melakukan kegiatan promosi, perancangan konten hingga melakukan *partnership* maupun *sponsorship* PT. INTERCALLIN dengan organisasi, komunitas, merek produk, *talent endorser*, dan juga agency. Oleh sebab itu, terdapat tujuan kerja magang yang ingin dicapai penulis yaitu:

1. Untuk mengetahui dan memahami alur kerja *digital media marketing* serta *partnership* atau *sponsorship* di PT. INTERCALLIN.
2. Untuk merasakan bagaimana menjalankan tugas sebagai *digital media marketing*.
3. Untuk merealisasikan konsep dan teori (*media planner*, *content creator* dan *digital media marketing*) yang telah diajarkan di dalam perkuliahan melalui dunia kerja secara nyata.
4. Untuk menjalin kerjasama dan komunikasi dengan *marketing team*.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang yang dilakukan sudah sejak 9 Agustus 2021 berlangsung sampai dengan 25 November 2021. Posisi magang yang diberikan adalah *digital media executive* (DME). *Brand* yang dikerjakan adalah baterai ternama yaitu ABC Alkaline dengan jam kerja dimulai dari pukul 07.30 pagi sampai dengan 15.00 sore. Sebelum adanya wabah virus Covid-19, jam selesai kerja pukul 16.00 sore.

Untuk khusus situasi yang sedang terjadi pada saat ini, PT. INTERCALLIN memberikan jadwal WFH (*Work From Home*) untuk setiap hari Jumat. Akan tetapi, untuk setiap tambahan hari Senin, diadakan *work from home* dan sudah mendapatkan persetujuan dari *marketing manager* dari PT

INTERCALLIN dikarenakan terdapat jadwal kuliah seminar proposal yang menjadikan prioritas utama dalam perkuliahan.

Situasi saat ini, membuat seluruh karyawan yang bekerja di pabrik wajib menggunakan masker selalu, menjaga jarak, menurunkan kapasitas pekerja dengan menggunakan “*shift*” kerja, serta menjaga kehigenisan untuk tetap bersih sehingga terhindar dari virus Covid-19. Tak hanya itu, PT. INTERCALLIN selalu memperhatikan karyawannya dengan mengadakan swab antigen yang dilakukan setiap 2 minggu sekali pada hari Senin atau Selasa dengan tujuan menghindarnya dari wabah virus Covid-19.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA