Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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.

Perpustakaan Univeristas Multimedia Nusantara

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Perkembangan teknologi komunikasi sudah melewati berbagai tahap, mulai dari penemuan telepon hingga berkembangnya teknologi *internet*. Dengan *internet* semua orang dapat berkomunikasi dengan satu sama lain di berbagai belahan dunia. Dan melalui *internet*, setiap orang memiliki kesempatan untuk memperoleh serta menyampaikan berbagai informasi tanpa ada batasan ruang dan waktu.

Pemanfaatan *internet* saat ini sudah berkemebang sangat pesat, untuk mendapatkan perangkat agar terkoneksi ke *internet* juga sangat mudah, salah satunya menggunakan perangkat komputer maupun *smartphone*. Yuhefizar (2008, h. 2) mengatakan bahwa *Internet* itu adalah rangkaian jaringan komputer yang dapat diakses oleh semua masyarakat seluruh dunia. Cukup dengan perangkat komputer atau *smartphone* dan koneksi *Internet*, maka orang-orang akan terhubung dengan *Internet*.

Gambar 1.1. Grafis Hasil Survey APJII

Sumber: https://apjii.or.id/content/read/39/410/Hasil-Survei-Penetrasi-dan-Perilaku-Pengguna-Internet-Indonesia-2018

Dari data di atas yang berasal dari hasil survey APJII di tahun 2018 menunjukan dari jumlah penduduk indonesia yang berjumlah 246.161.600 jiwa, di tahun 2018 total pengguna *internet* di Indonesia telah mencapai angka yang cukup

besar, yaitu sebesar 171.176.716 pengguna. Persentase pertumbuhan pengguna *internet* saat ini berada di angka 10,12%.

Angka di atas menunjukan bagaimana masyarakat Indonesia terkoneksi dengan yang namanya *internet*. Hal ini tentu mendorong berbagai macam pihak untuk memanfaatkan *internet* untuk berbagai kebutuhan. Mulai dari sekedar komunikasi, hingga keperluan bisnis. Untuk menggunakan *internet* sebagai media bisnis, anda tentu anda membutuhkan *website*, *advertisement*, media sosial dan *search engine optimization* (*SEO*).

SEO atau *Search Engine Optimization* menurut Ryan Kristo (2018, h. 26) dalam bukunya "*Digital marketing Concept*" *SEO* adalah sebuah strategi yang digunakan agar konten-konten bisnis Anda berada pada halaman pertama dari mesin pencari dengan kata kunci tertentu."

SEO yang dimaksud disini adalah *SEO* organik, menurut Ferrario (2016, para. 7) *SEO* yang organik merupakan sebuah metode yang digunakan untuk mendapatkan peringkat dalam halaman hasil pencarian tanpa harus menggunakan *ads* yang berbayar, namun dengan menggunakan *keyword* yang dapat membuat *website* Anda mendapat *ranking* pada halaman hasil pencarian.

SEO dibutuhkan oleh pemilik *website*, terutama *website* yang digunakan untuk kegiatan bisnis. Karena persaingan untuk dapat muncul di halaman awal dari hasil pencarian sangat ketat. Terlebih lagi, jika mesin pencarian melakukan perubahan algoritma yang dapat mempengaruhi *ranking* dari sebuah *website*. (www.searchenginejournal.com, 2018)

Salah satu efek dari mendapatkan *ranking* yang baik di hasil pencarian adalah terekspos nya informasi dari konten sebuah *website* sehingga menarik *Traffic* pengunjung *website* yang akan berpotensi terjadinya sebuah konversi berupa pembelian, atau bertambahnya *lead*. Efek lainnya dari meningkatnya *Traffic* adalah meningkatnya *brand awareness* dari sebuah situs sesuai yang disampaikan Ryan Kristo (2018, h. 26) dalam bukunya.

ToffeeDev adalah perusahaan yang bergerak di bidang *digital marketing agency* yang menangani *digital marketing* terutama *SEO*, pembuatan *website*, dan juga *digital advertising*. Agar setiap bisnis yang menggunakan *internet* dapat lebih mudah dicari dan muncul di halaman hasil pencarian, dibutuhkan yang namanya *SEO*. Begitu juga dengan *website* ToffeeDev, dengan menerbitkan konten berupa artikel yang berhubungan dengan dunia *digital marketing* maka ToffeeDev dapat lebih mudah dicari menggunakan mesin pencari seperti Google atau Bing. Konten sendiri adalah kunci utama dalam dunia *digital marketing*, menggabungkan *SEO* dan konten merupakan cara terbaik untuk mendaki *ranking* dari hasil pencarian.

Jabatan penulis di ToffeeDev adalah sebagai *Content Writer*, yang menulis artikel untuk *website* Toffeedev, dengan tema yang tidak jauh dari dunia *digital marketing*. Alasan penulis melaksanakan praktek kerja magang di ToffeeDev adalah karena penulis ingin menulis mengenai dunia *SEO* dan *digital marketing*, sekaligus belajar seluk beluk dari dunia pekerjaan ini. Dan merasakan dunia profesional dengan aturan-aturannya.

Penulis mendapatkan ilmu yang lebih dalam menulis mengenai dunia *SEO* dan *digital marketing* yang dapat membantu penulis dalam memberikan informasi kepada orang awam atau orang-orang yang tertarik dengan dunia ini.

Dan yang paling utama adalah agar penulis dapat beradaptasi dengan dunia pekerjaan dan dapat bekerja dengan baik di masa depan melalui praktek kerja magang ini.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan dasar dari dilaksanakannya program kerja magang ini adalah:

1. Pemenuhan mata kuliah *Internship* di semester tujuh serta sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Strata 1 yang wajib dilakukan oleh setiap mahasiswa di Universitas Multimedia Nusantara.
2. Memberikan pemahaman kepada penulis mengenai ruang lingkup pekerjaan yang terkait dengan ranah *Content Writer* serta dapat

mengimplementasikan atau menerapkan ilmu yang telah dipelajari selama kuliah ke dalam dunia kerja.

3. Mengetahui bagaimana seorang *Content Writer* berperan serta menjalankan tugasnya dalam menulis konten yang akan disajikan untuk pembaca. Dengan tujuan untuk menarik perhatian pembaca dan membangun reputasi.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Kerja magang dilakukan penulis di ToffeeDev yang berlokasi di Jl.Raya Meruya Ilir No. 88 Business Park Blok E2-3, RT.1/RW.5, Meruya Utara, Kec. Kembangan, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Kerja magang ini dilakukan penulis selama 3 bulan, terhitung sejak tanggal 4 November 2019 hingga 4 Desember 2019. Setiap Hari Senin hingga Jumat, dengan jam kerja selama 8 jam, yakni mulai pukul 09.00 sampai pukul 17.00. Durasi dan waktu magang merupakan hasil kesepakatan antara penulis dengan *Human Resource Department* agensi.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Sebelum melaksanakan program kerja magang, penulis wajib mengikuti seminar kerja magang yang ditujukan untuk seluruh mahasiswa/i Prodi Ilmu Komunikasi angkatan 2015. Dalam proses pencarian tempat magang penulis mendapatkan email dari CDC UMN mengenai lowongan pekerjaan dan magang, terdiri dari berbagai perusahaan.

Lalu penulis melihat lowongan dari ToffeeDev untuk posisi *Content Writer* dan mengirimkan email ke HRD ToffeeDev. Seminggu kemudian menulis mendapat balasan untuk melakukan wawancara. Wawancara dilakukan di kantor ToffeeDev yang terletak di kebon jeruk, yang melakukan wawancara adalah CEO ToffeeDev, Pak Ryan Kristo Muljono.

Selama proses kerja magang, penulis menulis formulir kehadiran kerja magang dan aktivitas yang dilakukan setiap hari, sesuai dengan ketentuan dari

Universitas dan PT. Toffee *Intern*ational Kemudian formulir tersebut ditandatangani oleh pembimbing laporan kerja magang. Pembimbing pada saat kerja magang adalah Bapak David Antonny, *COO* ToffeeDev dan Ibu Dwi Nurul Septhiany selaku *Marketing Communication officer* dan *Content Writer* di ToffeeDev.

Setelah selesai proses kerja magang selama 3 bulan, penulis diberi penilaian serta *review* oleh pembimbing lapangan dari ToffeeDev, dan menerima sertifikat yang berisi bahwa penulis telah selesai melakukan kerja magang dengan baik. Penulisan laporan magang penulis lakukan beriringan dengan proses kerja magang. Penulis juga menghubungi dosen pembimbing magang untuk melakukan bimbingan sesuai dengan ketentuan dari pihak universitas.

Laporan magang yang telah dibuat, akan diperiksa ulang dan disetujui oleh dosen pembimbing magang serta ketua program studi Ilmu Komunikasi yang kemudian akan dipresentasikan dalam sidang magang sesuai dengan tanggal yang telah ditentukan.