



### **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

Komunikasi tidak hanya digunakan oleh manusia yang memiliki bahasa yang sama ataupun kesamaan ras, tetapi komunikasi juga dilakukan oleh antar manusia yang berbeda-beda budaya dan bahasa induknya. Di era digital seperti saat ini setiap manusia dituntut untuk memahami dan menguasai lebih dari satu Bahasa yang digunakan terutama bahasa internasional (bahasa Inggris). Pengenalan pendidikan bahasa internasional sejak dini membantu seseorang untuk lebih mudah mengingat dan menggunakan bahasa internasional di kehidupan sehari-hari serta akan terbiasa untuk berinteraksi dengan bermacam- macam tipe bahasa manusia dari berbagai mancanegara. Namun tidak terlepas juga di dunia kerja, penguasaan bahasa menjadi hal terpenting dalam dunia kerja karena dihadapkan oleh banyak orang yang memiliki latar belakang yang berbeda-beda mulai dari negara, suku, budaya, usia, pola pikir, karakter, agama, dan lain sebagainya.

Setiap orang membutuhkan kemampuan berbahasa untuk dapat berkomunikasi dengan sesamanya (Afifah, 2018). Tiap negara di dunia ini memiliki minimal satu bahasa tertentu yang dipakai oleh penduduknya. Bahkan dalam satu negara dapat memiliki lebih dari satu bahasa, seperti negara Indonesia yang memiliki ratusan bahasa daerah.

Seiring kemajuannya teknologi komunikasi, kursus belajar bahasa asing tidak harus bertatap muka dalam pertemuannya namun lewat *website* dan *video call* menjadi salah satu cara terbaru dalam kursus bahasa asing, Salah satu perusahaan yang memanfaatkan kemajuan teknologi tersebut adalah PT Cerdas Digital Nusantara (Cakap.com). Cakap.com didirikan pada tahun 2013 dengan nama awal Squaline, yaitu sebuah perusahaan *startup* pengembang aplikasi yang berfokus pada pendidikan terutama pendidikan bahasa asing.

Perubahan nama dari Squaline menjadi Cakap bertujuan agar masyarakat mudah untuk mengingat dan *aware* akan keberadaan perusahaan kursus bahasa

asing tersebut. Pada awal tahun 2019 PT Cerdas Digital Nusantara telah meresmikan kantor resminya di daerah Grogol, Jakarta Barat. Dengan kehadiran perusahaan ini tentunya akan mempermudah masyarakat untuk belajar bahasa asing dengan efektif dan efisien tanpa harus bertatap muka langsung. Untuk mengenalkan kembali perusahaan cakap.com serta melakukan *branding* ulang aplikasi tentunya perusahaan memiliki rangkaian perencanaan untuk menciptakan *awareness* terhadap masyarakat luas salah satunya menggunakan cara *Event Marketing*.

Seiring perkembangan zaman, dunia bisnis kursus bahasa asing di Indonesia juga mengalami kemajuan yang pesat inovasi yang beragam. Saat ini sangat banyak perusahaan kursus bahasa asing yang telah melakukan promosi dan pengenalan produk dengan menggunakan prinsip *Event Marketing*. Salah satunya yang dilakukan oleh perusahaan jasa kursus bahasa asing *English First* yang membuat program *EF Expo* yang dilakukan di beberapa kota-kota besar seperti Malang sampai Jakarta. Program tersebut bertujuan untuk mengenalkan kepada masyarakat mengenai program pendidikan terbaru yang telah dibuat oleh *English First*. *English First* sendiri menjadi salah satu perusahaan pengagas kursus bahasa asing di terbesar di Indonesia yang telah memiliki kantor cabang di berbagai daerah. Hal tersebut menjadi salah satu tolak ukur Cakap.com menggunakan konsep *Event Management* dalam pemasarannya untuk lebih mengenalkan produk yang telah ditawarkan kepada masyarakat selama ini agar menjadi salah satu perusahaan kursus bahasa asing yang sangat berpengaruh untuk masyarakat Indonesia.

*Event Marketing* merupakan salah satu sarana komunikasi dan pemasaran strategis yang telah banyak dipakai oleh perusahaan, dari perusahaan kecil hingga perusahaan besar untuk kegiatan-kegiatan seperti *Product Launching*, *Press Conference*, atau melakukan *Brand Awareness* terhadap suatu produk. Menurut Noor (2013, p. 179), manajemen *event* merupakan kegiatan profesional yang dilakukan oleh komunitas atau lembaga yang dikelola secara *profesional*, efisien, dan efektif dari perencanaan hingga acara selesai. Tujuannya adalah untuk membantu perusahaan berkomunikasi dengan publik dan audiens

potensialnya lalu dapat menarik masyarakat (pasar) melalui liputan media atau mengundang mereka secara langsung ke acara yang sedang diadakan.

Salah satu cara yang tepat dalam menyampaikan pesan sebuah *brand* adalah dengan mengajak *customer* dan *potential customer* untuk terlibat dalam sebuah *event* yang diselenggarakan perusahaan. Duncan (2008, p. 607) dalam buku berjudul "*The Principles of Advertising and IMC*" berpendapat bahwa "*Event Marketing is a promotional occasion designed to attract and involve a brand's target audience.*" *Event marketing* yang diselenggarakan harus memiliki pengaruh (*impact*) serta memberikan kesan mendalam kepada setiap orang yang hadir sehingga *customer* maupun *potential customer* bisa cukup lama mengingat pengalaman yang menyenangkan tersebut.

Di Indonesia, kebijakan pengajaran bahasa Inggris sebagai bahasa asing berubah seiring waktu dan pergantian kebijakan yang kebanyakan dipengaruhi ekonomi dan politik. Bahasa Inggris secara resmi diajarkan sebagai bahasa asing di sekolah-sekolah Indonesia seiring dengan keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan pada tahun 1967. Bahasa Inggris adalah bisnis yang besar. Jutaan dolar mengalir ke negara produsen material pengajaran Bahasa Inggris (USA, UK, Australia) dalam bentuk pembelian materi audio-visual, buku, sumber daya manusia dan lain-lain (Faisal, 2018).

Di Indonesia sendiri terdapat lebih dari 300 tempat kursus bahasa asing baik online maupun offline. Tempat kursus bahasa asing menawarkan beragam pilihan cara untuk dapat menarik minat masyarakat. Keberadaan aplikasi kursus bahasa asing yang semakin beragam dan meluas dapat diakses dimanapun kita berada baik di perkotaan hingga ke pedesaan menjadikan masyarakat memiliki pilihan yang banyak jika ingin melakukan kursus bahasa asing. Dengan kursus bahasa asing *online* seseorang tidak perlu untuk bertatap muka dan membuat janji dalam melakukan kursus, cukup memiliki laptop dan *handphone* yang didukung dengan fitur internetnya.

Dengan demikian perkembangan di dalam industri kursus bahasa asing yang semakin inovatif dan semakin maju tersebut menyebabkan munculnya persaingan yang semakin ketat. Menurut CEO PT Cerdas Digital Nusantara, Tomy Yunus salah satu cara sebuah perusahaan aplikasi penyedia jasa kursus

bahasa asing untuk tetap bertahan dan menjaga kelangsungan hidupnya adalah dengan selalu membuat inovasi baru dan menarik agar masyarakat tertarik dan nyaman ketika melakukan kursus bahasa asing. Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk menulis dan mengkaji aktivitas *event* dengan judul “**Aktivitas *Event Management* PT Cerdas Digital Nusantara untuk Menciptakan *Awareness* Terhadap Aplikasi Cakap**”

## **1.2. Tujuan Praktik Kerja Magang**

Tujuan dari praktik kerja magang ini adalah mempelajari *event management* sebagai alat untuk menciptakan sebuah *awareness* pada produk yang ditawarkan oleh PT Cerdas Digital Nusantara (Cakap) serta mendapatkan pengalaman langsung menjadi seorang pekerja profesional.

## **1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Praktik Kerja Magang**

### **1.3.1. Waktu Praktik Kerja Magang**

Praktik kerja magang dilakukan oleh penulis selama tiga bulan (60 hari kerja) sesuai dengan ketentuan dan prosedur yang telah ditentukan oleh pihak Universitas Multimedia Nusantara. Penulis melakukan kerja magang terhitung mulai dari tanggal 3 Februari sampai dengan 24 April 2020.

Data pelaksanaan magang yang dilakukan sebagai berikut:

Nama Perusahaan	: PT Cerdas Digital Nusantara (Cakap.com)
Bidang Usaha	: Aplikasi Belajar Bahasa Asing
Waktu Pelaksanaan	: 3 Februari 2020 s/d 24 April 2020
Waktu Kerja	: Senin s/d Jumat 09.00 – 17.00 WIB
Posisi Magang	: <i>Event Management</i>

### **1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Berikut merupakan prosedur pelaksanaan kerja magang yang dilakukan oleh penulis sebelum melakukan praktik kerja magang:

- a. Terdaftar sebagai mahasiswa aktif di Universitas Multimedia Nusantara.
- b. Memenuhi persyaratan akademik yaitu telah lulus sekurang- kurangnya 110 sks dengan nilai D tidak lebih dari 2 mata kuliah.
- c. Tidak memiliki nilai D dan E di mata kuliah wajib maupun elektif.
- d. Mengajukan permohonan dengan mengisi formulir KM (Kartu Magang) 01 sebagai syarat utama untuk pembuatan Surat Pengantar Kerja Magang yang akan ditujukan kepada perusahaan dengan sudah ditandatangani oleh Ketua Program Studi.
- e. Membuat dan mengajukan surat lamaran magang kepada perusahaan tempat praktik kerja magang beserta surat pengantar dari kampus yang telah dilegalisasi.
- f. Sudah mendapatkan surat penerimaan kerja magang dari perusahaan terkait yang kemudian ditukarkan dengan Kartu Kerja Magang (KM 02-KM 07).