



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

Media sebagai perantara atau pengantar untuk menyampaikan sebuah pesan digunakan untuk dapat mempengaruhi pikiran dan perhatian pembaca.

“Media adalah segala sesuatu yang dapat dipergunakan untuk menyalurkan pesan dari pengirim ke penerima pesan sehingga dapat merangsang pikiran perasaan, perhatian dan minat. (Arief S. Sadiman 2009 : 7)”

Website sebagai salah satu bentuk media *e-marketing* merupakan bentuk kegiatan marketing yang sangat dibutuhkan oleh sebuah perusahaan. “*E-marketing* merupakan cara pemasaran yang dilakukan melalui komputer dengan suatu sarana komunikasi pemasaran guna mengurangi biaya pemasaran dan meningkatkan keefektifan usaha (Kotler & Keller 2013).

Oleh karena itu penggunaan *website* sudah menjadi suatu perhatian oleh banyak kalangan, mulai dari pengusaha, akademisi, pemasaran, praktisi media massa, perusahaan, hingga instansi pemerintahan. Dari *website* ini banyak kalangan menggunakannya sebagai media promosi, alat penjualan, hingga memberikan materi informasi yang berkaitan dengan gambaran detail suatu instansi atau lembaga.

“website adalah suatu sistem yang berkaitan dengan dokumen digunakan sebagai media untuk menampilkan teks, gambar, multimedia dan lainnya pada jaringan internet.(Sibero 2011 : 11)”

“*Website* terdiri dari beberapa laman yang di dalamnya berisi informasi dalam bentuk data digital baik itu berupa gambar, video, audio, teks dan animasi lainnya yang disediakan melalui jalur koneksi internet (Abdullah 2011 :1)”

Tak hanya itu dengan adanya *website* banyak orang yang berlomba-lomba untuk dapat mempromosikan dirinya. Hal ini ditandai dengan adanya situs-situs atau *website* yang memberikan fasilitas untuk dapat berhubungan dengan orang banyak, seperti jejaring sosial *facebook, friendster, twitter, blog, myspace*, dan *website* lainnya. Kini semakin maraknya penggunaan *website* oleh berbagai orang dan juga kalangan, hal itulah yang pada akhirnya membuat perusahaan maupun instansi pemerintahan menggunakan *website* perusahaan.

Di tengah maraknya perkembangan teknologi dalam pemasaran, sebuah perusahaan harus terus menunjukkan kualitas mereka dalam menjual produk/jasa yang mereka miliki.

Perlu diketahui bahwa persaingan bisnis saat ini sangat ketat dan masing-masing perusahaan/instansi saat ini harus bisa mempertahankan loyalitas pelanggan. Media promosi yang sangat efektif untuk informasi *advertising* adalah sebuah *website*, karena *website* dapat dijangkau oleh semua masyarakat. Maka dari itu, desain sebuah *website* sangat diperlukan untuk menunjang suatu bisnis terutama di bidang *advertising*.

Berdasarkan paparan tersebut penggunaan *website* sebagai alat pemasaran produk/jasa dalam perusahaan adalah wajar. Sebuah perusahaan memang seharusnya wajib memiliki *website* karena adanya perubahan media publikasi konvensional yang dilakukan, *website* menjadi media baru yang sifatnya interaktif. Meskipun masih terbatasnya sumber daya manusia yang ahli dalam bidang teknologi, serta masih dipertahankannya penggunaan media konvensional.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka penulis melakukan praktik kerja magang di PT Sadhana Ekapraya Amitra dan terjun langsung dalam proses pembuatan artikel di *website* perusahaan mesin pendingin ini.

Sebagai salah satu perusahaan di bidang mesin pendingin PT Sadhana Ekapraya Amitra juga perlu memiliki strategi dalam meningkatkan brand image serta melakukan kegiatan promosi oleh karena itu perusahaan ini menggunakan salah satu media digital yakni *website*. Melalui situs www.sadhanas.co.id

Kini persaingan diantara para distributor mesin pendingin pun semakin ketat. Sebagai salah satu perusahaan distributor pendingin, PT Sadhana Ekapraya Amitra juga harus mampu bersaing dengan kompetitor mereka. Salah satu perusahaan yang menjadi kompetitor terberat PT Sadhana Ekapraya Amitra adalah produk Gea Getra yang merupakan produk mesin pendingin dari PT Royal Sultan Agung. Salah satu yang menjadi keunggulan PT Sadhana Ekapraya Amitra daripada kompetitornya yakni setiap produk dari perusahaan ini memiliki suhu spesifik yang dibutuhkan untuk setiap makanan yang di simpan di dalam *freezer* mereka.

PT Sadhana Ekapraya Amitra menampilkan berbagai macam jenis produk unggulan mereka dengan spesifikasi yang sangat jelas, kontak perusahaan, serta berbagai macam artikel menarik seputar mesin pendingin yang dapat dibaca sebagai pengetahuan konsumen.

Alasan memilih melakukan praktik kerja magang di PT Sadhana Ekapraya Amitra karena Sadhana merupakan perusahaan dibidang distributor freezer yang sudah banyak bekerja sama dengan mitra lain selama 28 tahun diantaranya adalah beberapa perusahaan besar seperti PT Walls Indonesia, PT Campina, PT Indofood Es krim, dan juga merupakan

salah satu perusahaan yang direkomendasikan oleh pihak universitas sehingga penulis ingin menggali pengalaman sebanyak-banyaknya di perusahaan ini.

1.2 Tujuan kerja Magang

Adapun tujuan kerja magang yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Memiliki pengetahuan mengenai pengelolaan konten *website*.
2. Meningkatkan *soft skills* terkait inisiatif dan tanggung jawab.
3. Meningkatkan kemampuan sebagai seorang *PR Writing*.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Periode magang di divisi Marketing Communications pada PT Sadhana Ekapraya Amitra dimulai pada tanggal 10 September 2019 hingga 10 Desember 2019. Adapun jam kerja adalah sesuai dengan jam kerja yang berlaku di perusahaan ini yakni mulai pukul 08.30 – 17.30

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Melalui website kampus, penulis memperoleh daftar Referensi Tempat Magang Program Studi Strategic Communications UMN 2019 dan segera menghubungi nomor telpon supervisor yang tersedia untuk menanyakan ketersediaan lowongan magang. Pada saat itu ketika sedang menghubungi *contact person* yang tersedia, baik melalui email maupun Whattaps, supervisor PT Sadhana Ekapraya Amitra Bapak Lalu Athma Sasmita langsung membalas pesan penulis melalui whatsapp dan segera meminta *curricullum vitae* penulis dan beliau mengatakan akan menanyakan ke bagian terkait dengan bidang yang dibutuhkan penulis dan akan segera mengabari.

Keesokan harinya penulis dihubungi oleh Ibu Yuna bagian HRD PT Sadhana Ekapraya Amitra untuk melakukan kegiatan wawancara di kantor Sadhana yang berada di daerah Kebon Jeruk pada hari Jumat tanggal 06 September 2019, namun dikarenakan pada hari Jumat tersebut penulis sudah ada panggilan interview di tempat lain maka pihak PT Sadhana setuju untuk memajukan ke hari Kamis, namun sangat disayangkan karena Bapak Athma selaku *marketing manager* perusahaan ini tidak dapat hadir sehingga beliau mendelegasikan tugas wawancara kepada staffnya yang bernama Ibu Yessy Samalo.

Sesuai agenda, maka pada tanggal 05 September 2019 pagi saya datang ke kantor PT Sadhana Ekapraya Amitra untuk memenuhi panggilan wawancara. Di akhir wawancara, Ibu

Yessy mengatakan bahwa beliau akan segera memberi kabar satu hingga dua hari berikutnya. Di luar dugaan, kira-kira pukul 14.00 di hari yang sama, penulis menerima pesan whatsapp dari Bapak Athma yang mengatakan bahwa penulis diterima bekerja di PT Sadhana Ekapraya Amitra sebagai Marketing Communications Staff mulai Selasa, 10 September 2019. Penulis segera mengurus surat-surat yang diperlukan oleh pihak perguruan tinggi dan perusahaan serta menemukannya dengan berkas-berkas kerja magang (KM) 3 hingga 7.