



### **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

Perkembangan industri *digital product* kini semakin berkembang. Pelaku industri digital meyakini bahwa Indonesia akan menjadi pelaku besar dalam sektor ini. Menurut Marshal Pribadi dari CEO Privyid, memaparkan bahwa, “Dunia digital bergerak cepat dan bahkan dapat berubah seiring waktu. Tergantung dengan bagaimana kondisi dan kebutuhan masyarakat” (Suchahyo, 2019)

Saat ini teknologi informasi dan komunikasi mengalami perkembangan yang cukup pesat sehingga dapat memberikan berbagai kemudahan kepada kita semua dalam mendapatkan berbagai jenis informasi dan dapat membantu kebutuhan manusia secara fleksibel. Perkembangan teknologi informasi yang pesat turut mempengaruhi dunia bisnis. Arus perputaran informasi di dalam dunia bisnis sangatlah cepat dan bahkan sudah menjadi sebuah kepentingan yang mendesak, teknologi pun ikut berkembang di dalamnya. Saat ini perkembangan Internet terjadi sangat cepat dan dapat menjangkau seluruh dunia dan setiap perusahaan menginginkan produknya dikenal oleh masyarakat global. Pertumbuhan pengguna Internet di Indonesia kian tak terbendung.

Menurut data dari APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) jumlah pengguna Internet tumbuh dengan signifikan. Jumlah pengguna Internet di Indonesia pada 2018 bertambah 27,91 juta (10,12%) menjadi 171,18 juta jiwa. Artinya penetrasi pengguna Internet di tanah air meningkat menjadi 64,8% dari total penduduk yang mencapai 264,16 juta jiwa (Kusnandar, 2019).

Tabel 1.1 : Jumlah Pengguna Internet

Tahun	Jumlah Pengguna Internet
2015	110.2 juta jiwa
2016	132.7 juta jiwa
2017	143.3 juta jiwa

2018	171.2 juta jiwa
------	-----------------

Sumber : Kata Data

Seiring dengan terjadinya perubahan perekonomian dan globalisasi, membuat perubahan dalam perilaku berbelanja pada masyarakat. Perilaku yang berubah dalam hal berbelanja pada masyarakat merupakan konsekuensi logis dari tuntutan kehidupan yang dipicu dengan adanya perkembangan teknologi komunikasi dan informasi. Pada awal abad 20-an, penjualan barang dilakukan secara konvensional (*offline*), yaitu antara penjual dan pembeli bertemu secara langsung untuk melakukan transaksi jual beli. Seiring dengan kemajuan teknologi Internet penjualan bisa dilakukan secara online. Dengan melihat kondisi pangsa pasar di Indonesia, tingkat ketertarikan penduduk Indonesia sangat dominan dalam bermain aplikasi yang dapat memberikan keuntungan dibandingkan belanja di toko langsung dengan menukarkan *voucher* potongan harga atau diskon yang bersifat menguntungkan untuk membelanjakan sesuatu.

## 1.2 Tujuan Kerja Magang

Adapun tujuan kerja magang yang dilakukan selama 85 hari kerja adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui aktivitas digital media *campaign* di aplikasi LINIPOIN.
2. Untuk mengimplementasikan secara teoritis mengenai *campaign* pada suatu brand atau korporasi.
3. Untuk mengetahui proses strategi *digital marketing* untuk meningkatkan *brand identity* ke publik.
4. Untuk memahami alur kerja perusahaan di dunia profesional dan dapat membangun *networking* dengan *stakeholders* di dunia aplikasi.

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

#### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Kerja magang sebagai *marketing communication intern* di PT Kreasi Kode Digital atau yang dikenal sebagai Codify yang dilakukan dimulai pada 15 Oktober 2019 hingga 17 Desember 2019. Lalu kerja magang diperpanjang kembali dari tanggal 17 Januari 2020 hingga 20 Februari 2020 artinya telah menjalani kerja magang selama 85 hari dalam tiga bulan kalender. Mahasiswa bekerja mulai dari hari Senin sampai Sabtu pada pukul 10.00-18.00 WIB. Adapun dalam keadaan tertentu, juga melaksanakan kewajiban kerja magang pada hari Minggu dan adapun beberapa akhir pekan tidak kerja magang. Waktu pelaksanaan magang ini mengikuti ketentuan universitas bahwa mahasiswa melakukan magang minimal 60 hari kerja aktif dan kerja magang terhitung setelah mengumpulkan KM 03.

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

Prosedur pelaksanaan kerja magang penulis berlangsung sebagai berikut.

1. Pertama, mahasiswa mulai mengirimkan CV atau *Curriculum Vitae dan* portofolio kepada Manager PT Kreasi Kode Digital atau Codify.
2. Kedua, telah dipanggil untuk *interview* magang ke kantor Codify dan diberitahukan untuk menunggu kabar lolos atau tidaknya *interview* magang tersebut
3. Ketiga, mahasiswa mengajukan formulir Kerja Magang (KM-01) ke Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi pada tanggal 8 Oktober 2019.
4. Keempat, pada tanggal 9 Oktober 2019 dipanggil kembali ke kantor Codify untuk dijelaskan alur kerja dan *project* aplikasi yang akan dikerjakan oleh CEO PT Kreasi Kode Digital serta di hari Seninnya dapat mulai masuk kerja ke kantor.
5. Kelima, di hari yang sama mahasiswa ke kampus lantai A6, untuk mengambil KM-02

6. Keenam, pada tanggal 15 Oktober 2019 telah kembali ke kantor untuk meminta surat keterangan magang dari perusahaan yang ditandatangani oleh direktur yang akan diserahkan ke prodi dan BAAK. Selanjutnya, penulis mengambil formulir KM-03 hingga KM-08.
7. Selama melakukan kerja magang, mahasiswa mengisi KM-04 dan KM-05, sebagai bukti kerja magang penulis setiap harinya. Adapun KM-04 merupakan absensi harian, sedangkan KM-05 merupakan deskripsi kegiatan kerja magang penulis setiap minggunya. Kedua laporan ini akan ditandatangani secara rutin oleh *supervisor* kerja magang, yaitu Albert S. Darmali.
8. Setelah itu KM-06 diisi oleh *supervisor* setelah kerja magang selesai.