

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era modern ini *marketing communications* dianggap memiliki peran yang cukup berarti dalam menunjang keberlangsungan hidup perusahaan. Dewasa ini, banyak aktivitas perusahaan yang melibatkan elemen - elemen penting dalam *marketing communications*. *Event, sponsorships, campaign*, dan lain sebagainya merupakan bagian dari elemen - elemen penting yang dimanfaatkan oleh perusahaan untuk menunjang kegiatan promosi. Aktivitas promosi dibutuhkan untuk pembentukan pasar ataupun konsumen sebuah perusahaan ritel. Hal inilah yang disebut *Marketing Communications*, yaitu suatu aktivitas komunikasi pemasaran yang memiliki bagian khusus dalam memajukan pemasaran.

Marketing communication juga berpengaruh bagi konsumen. Hal ini dapat dilihat ketika konsumen dapat menunjukkan bagaimana dan mengapa suatu produk digunakan, dimana dan kapan konsumen tersebut berada. Konsumen belajar tentang produk, perusahaan dan *brand* kemudian mereka akan mencobanya (Kotler dan Keller, 2012:500). Dalam *Marketing Communications*, *seorang PR* dituntut untuk mampu menciptakan publisitas untuk mencapai tujuan pemasaran melalui hubungan baik dengan media, pemasaran interaktif, promosi diri, komunikasi internal, dan *word of mouth*.

Love, Bonito merupakan salah satu industri manufaktur yang bergerak di bidang *fashion* yang telah melakukan kegiatan *marketing communication* untuk menarik dan mempertahankan minat para pelanggan. Love, Bonito Indonesia memiliki tujuan yang berbeda dengan *fashion brand* lainnya. Tujuan utama dari Love, Bonito sendiri adalah untuk menginspirasi dan membangun kepercayaan diri wanita melalui

fashion. Love, Bonito dimulai pada tahun 2006 di Singapura oleh beberapa perempuan remaja dengan keinginan untuk membagi rasa cinta mereka untuk *fashion*. Sekarang ini Love, Bonito telah memiliki *strong retail presence* di Singapura, Indonesia, Malaysia, dan Kamboja.

Berdasarkan teknisnya, pengertian dari manufaktur adalah kegiatan yang mengolah bahan mentah dengan merombak suatu sifat, bentuk, dan wujud untuk membuat sebuah produk melalui proses kimia dan fisika. Kemudian, manufaktur sendiri meliputi pemasangan berbagai bahan hingga menjadi suatu produk. Salah satu jenis perusahaan yang bergerak dibidang manufaktur adalah tekstil dan garmen. Perusahaan jenis ini merupakan salah satu industri yang menjalankan kegiatan usahanya dengan mengolah bahan mentah berupa kapas yang kemudian diolah menjadi benang. Tahap selanjutnya adalah mengolah benang menjadi kain, yang kemudian akan diolah kembali menjadi pakaian seperti baju, celana, dsb (produk *fashion*).

Banyaknya jumlah bisnis yang bergerak dalam bidang *fashion* membuat persaingan semakin ketat dan memiliki pelanggan loyal menjadi salah satu aset perusahaan paling penting. Saat ini pelaku bisnis harus mulai fokus pada penyampaian *value* dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Loyalitas berarti konsumen kembali dan kembali lagi untuk melakukan pembelian, walaupun produk yang dimiliki tersebut bukan produk terbaik di pasaran atau memiliki harga terendah.

Alasan memilih perusahaan manufaktur di bidang *fashion* untuk menjalankan program magang adalah dikarenakan setiap industri pasti membutuhkan dan melakukan aktivitas *marketing communication* di tengah persaingan yang semakin ketat . Dalam rangka menguasai, memimpin, dan mempertahankan pangsa pasar dari industri yang bergerak dalam bidang yang sama (manufaktur), maka diperlukannya aktivitas *marketing communication* yang menarik dan tepat. Hal yang juga ingin dikaji adalah bagaimana kaitan dan praktiknya perusahaan manufaktur di bidang *fashion* yang melakukan kegiatan *marketing communication*.

Mendapatkan pengalaman kerja sebagai *marketing communication* di Love, Bonito Indonesia adalah hal yang menarik. Melalui program magang ini dapat menambah pengetahuan mengenai bagaimana cara perusahaan manufaktur

mengaplikasikan teori dan kegiatan *marketing communication* yang seperti sudah pernah didapatkan di perkuliahan. Love, Bonito Indonesia sebagai perusahaan yang bergerak di bidang manufaktur yang berfokus pada *fast fashion* dan berkeinginan menjadi *brand fashion* yang paling mengerti dan menjadi pilihan yang tepat untuk wanita yang menjalani gaya hidup modern. Love, Bonito Indonesia merupakan *fashion brand* yang selalu *update* dikarenakan mereka selalu mengeluarkan koleksi terbarunya (*new arrivals*) dua kali dalam seminggu dan mereka juga meluncurkan *special collection*nya satu kali dalam sebulan.

Hal yang menarik yaitu ketika Love, Bonito mempromosikan dan menyampaikan koleksi terbaru dan *special collection*nya kepada *target market* dan *audience* agar bisa tersampaikan tujuan dan pesannya dengan tepat dengan memperhatikan jarak waktu peluncuran setiap koleksi terbaru yang cukup dekat. Banyak pesaing dalam perusahaan manufaktur yang juga memiliki produk serupa atau bahkan lebih menarik membuat Love, Bonito harus memiliki dan menciptakan strategi komunikasi yang tepat sehingga tidak hanya menciptakan pemahaman dan *awareness* masyarakat terhadap peluncuran koleksi terbarunya dan *special collection* saja, tetapi juga meningkatkan dan mendorong pembelian sebagai peranan penting dalam perusahaan. Tentunya hal ini dilakukan untuk mencapai tujuan perusahaan, yaitu menjadi *brand fashion* yang paling mengerti dan pilihan yang dianggap tepat untuk wanita yang menjalani gaya hidup modern.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Dalam rangka memenuhi kewajiban akademis sebagai mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara penulis menjalankan program kerja magang sebagai salah satu prasyarat untuk mendapat gelar sarjana. Program magang ini diharapkan mampu memberikan pengalaman praktis, mengaplikasikan teori-teori yang diperoleh, dan memperluas wawasan yang akan berguna di kemudian hari.

Tujuan kerja magang dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui aktivitas dan proses kerja *marketing communication* di industri manufaktur
2. Untuk meningkatkan skill seperti kerja sama dalam tim, kedisiplinan, dan mandiri
3. Meningkatkan kompetensi di bidang marketing communication dengan menerapkan teori yang telah dipelajari di perkuliahan

1.3 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

1.3.1. Waktu Kerja Magang

Praktek kerja magang dilakukan selama 60 hari terhitung dari 24 Agustus 2020 sampai 27 November 2020. Waktu operasional praktek kerja magang di Love, Bonito adalah Senin - Jumat mulai pukul 09.00 hingga 17.00. Dalam pelaksanaannya, penulis dijadwalkan untuk menghadiri *annual weekly report* bersama *supervisor (senior marketing executive)*. Pembagian kerja untuk peserta magang dilakukan oleh 2 orang yang terdiri dari *Senior Marketing Executive (PR and Comms)* dan *Senior Marketing Executive (Campaign and BAU)*.

1.3.1. Prosedur Kerja Magang

Berikut merupakan prosedur yang dilakukan untuk pelaksanaan program kerja magang.

1. Prosedur kerja magang mulai dari pengajuan surat pengantar kerja magang yang ditujukan kepada Love, Bonito.
2. Peserta magang melampirkan surat lamaran CV serta surat pengantar dari kampus kepada bagian *People and Culture* Love, Bonito.
3. Setelah semua syarat rekrutmen terpenuhi, peserta magang dijadwalkan

mengikuti wawancara pertama dengan salah satu tim *People and Culture* Love, Bonito.

4. Setelah berhasil melewati proses wawancara pertama, peserta magang dijadwalkan mengikuti wawancara *user* bersama tim *Marketing* Love, Bonito.
5. Setelah 3 hari berlalu, peserta magang mendapatkan informasi bahwa peserta magang berhasil melewati seluruh tahapan rekrutmen dan diterima sebagai *staff intern*.
6. *Staff intern* diwajibkan melakukan tanda tangan kontrak praktek kerja magang di Love, Bonito.
7. Peserta magang melengkapi keperluan praktek kerja magang dari pihak kampus dengan meminta kartu kerja magang, formulir absensi, formulir hasil penelitian dan praktik kerja magang yang harus dilengkapi dengan tanda tangan *supervisor* lapangan setiap harinya.
8. Setelah periode praktek kerja magang selesai, peserta magang akan melakukan konsultasi secara rutin dengan dosen pembimbing dan melengkapi data-data yang diperlukan.
9. Apabila laporan magang telah disetujui oleh dosen pembimbing, maka peserta magang akan mempresentasikannya dalam sidang magang.