

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada masa sekarang tidak dipungkiri bahwa penggunaan internet sudah menjadi kebutuhan sehari-hari bagi sebagian orang, sehingga hadir *digital marketing* sebagai media baru. Menurut Sanjaya dan Tarigan (2009, p.47), *digital marketing* adalah kegiatan marketing termasuk *branding* yang menggunakan berbagai media berbasis web seperti *blog, website, e-mail, adwords*, ataupun jejaring sosial. Dalam meningkatkan persaingan bisnis, perusahaan juga harus mencari cara untuk mendapatkan *awareness* dan minat beli dari masyarakat. Salah satunya pembuatan konten ataupun strategi secara *online* melalui media sosial seperti instagram, twitter ataupun facebook.

Sedangkan menurut Muljono (2018, p.52) *digital marketing* termasuk dalam *online marketing* yang mana internet digunakan sebagai media pemasarannya. Dalam artian, *digital marketing* bukan sekedar sarana dalam penyampaian informasi saja tapi dapat menjadi media pemasaran yang berdampak besar dalam menarik perhatian bahkan mempengaruhi *audience* dari yang belum tahu menjadi tahu bahkan tertarik dengan suatu produk.

Chaffey dan Chadwick (2016, p.78) berpendapat *digital marketing* sebagai cara untuk mencapai tujuan pemasaran dan melewati penerapan teknologi digital. Penerapan teknologi mencakup kegiatan online seperti *website*, media sosial dan berhubungan dengan teknik komunikasi pada online seperti *email marketing, online advertising dan partnership arrangements with the websites*.

Selain itu terdapat 3 bauran dalam *digital marketing* Chaffey dan Chadwick (2016, p.82) dalam menjangkau ataupun mempengaruhi pelanggan secara *online*, yaitu:

1. *Paid Media*: Pembelian media, perusahaan dapat menjalankan pemasaran produk maupun jasa melalui *google ads, instagram ads, facebook ads*.
2. *Earned Media*: Media yang diperoleh dari mulut ke mulut, khalayak dapat dipengaruhi melalui media sosial maupun sosial blog.

3. *Owned media*: media yang diperoleh atau dimiliki sendiri oleh suatu perusahaan ataupun *brand* tertentu. Media ini mencakup *website*, sosial media, *blog*, *mobile apps*.

digital marketing cukup berpengaruh dan menciptakan suatu lapangan kerja baru atau perusahaan baru yang bergerak di bidang *digital* yang sebelumnya belum pernah ada. Salah satu perusahaan yang saat ini cukup dibutuhkan untuk bersaing adalah *digital advertising agency*. Pada saat ini banyak orang yang berlomba-lomba untuk membuat agensi periklanan mereka sendiri karena banyak orang yang membutuhkan.

Salah satu perusahaan yang bergerak di *digital advertising agency* yang menyediakan jasa di bidang *digital marketing* adalah Unithree. Perusahaan yang telah berdiri sejak tahun 2014 itu berfokus kepada *branding* dari suatu perusahaan yang dimiliki oleh *client*. Dalam memberikan saran kepada *client*, *unithree* menggunakan 3 bauran *digital marketing* yaitu *paid media*, *earned media*, *owned media* untuk memenuhi ekspektasi dan *goals* yang ingin dicapai oleh *client*. Selain itu layanan yang disediakan oleh Unithree antara lain: *website*, *social media management*, *social media ads*. Ketika *client* mulai melakukan konsultasi promosi terhadap *brand* atau produk mereka, *client* akan lebih diarahkan menggunakan media digital.

Ketika *client* sudah memutuskan untuk memilih 3 bauran *digital marketing* atau jasa lain yang ingin digunakan, maka *client* membutuhkan seseorang untuk menjadi jembatan antara *client* kepada *team* dan membuat *timeline* pekerjaan yang rapi agar hasil dapat sampai kepada *client* tepat waktu sesuai yang diinginkan *client*. Dalam mengatur semua itu, dibutuhkan *Account Executive* dalam menjalankan suatu proyek agar ada jembatan antara *client* dan juga *team* agar meminimalisir kesalahan serta berhubungan baik dengan *client*.

Menurut Widyatama (2007 p.173), *Account Executive* memiliki tugas dalam mempertemukan perusahaan periklanan dengan *client*. Pada dasarnya *Account Executive* mengutamakan hubungan baik antara relasi, agar hubungan kerjasama dengan *client* terjalin dan dapat membuat *client* lebih puas. Dengan kata lain, *Account Executive* memiliki peran yang penting dalam menjaga hubungan baik dan relasi dengan *client* maupun tim. Sedangkan menurut Jatinegara (2011 p.

44) *Account Executive* adalah orang yang memiliki tugas untuk bertanggung jawab dalam jalannya suatu produksi dari awal hingga akhir dan harus mempunyai hubungan yang baik untuk melayani *client*. *Account Executive* juga berperan dalam memastikan suatu proyek agar dapat tepat waktu sesuai dengan *timeline*.

1.2 Tujuan Magang

Kerja magang adalah salah satu aktivitas yang wajib dijalankan oleh setiap mahasiswa guna mendapatkan pengenalan, pengetahuan dan pengalaman bagi mahasiswa sebelum akhirnya terjun langsung ke dalam dunia pekerjaan, Tujuan dari dilaksanakannya kerja magang adalah sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui proses, kendala maupun hambatan dan menjalin hubungan baik antara *client*, dan juga team
2. untuk menambah kemampuan di bidang *account service, monitoring and controlling* dan pengelolaan tim
3. Untuk menambah bekal pengalaman dan juga pengetahuan mengenai ilmu *account executive* dan apa saja yang dipraktikkan oleh *Account Executive* perusahaan Unithree.

1.3 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan praktik kerja magang di Unithree Creative Collection akan berlangsung selama 3 bulan atau setara 60 hari. Terhitung tanggal 1 September 2020 hingga 1 Desember 2020. Dan adapun jam kerja magang yang telah ditentukan sebagai berikut.

Hari/Tanggal : Senin - Jumat

Waktu Magang : 09.00- 16.00

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Magang

Terdapat beberapa proses pelaksanaan praktik kerja magang, yaitu sebagai berikut:

1. Tahap pertama, melakukan pembuatan CV dan mengirimkan CV tersebut di beberapa perusahaan dengan standar perusahaan magang, yang salah satunya lamar magang di Unithree pada tanggal 21 Agustus 2020 melalui *e-mail*
2. Tahap kedua melakukan wawancara dengan HR Unithree Creative Collection pada tanggal 24 Agustus 2020
3. Tahap ketiga, pada tanggal 27 Agustus 2020 pengumuman dari pembimbing lapangan yang menyatakan praktik magang dapat dimulai pada tanggal 1 September 2020
4. Tahap keempat, pengajuan KM 1 kepada Universitas pada tanggal 27 Agustus 2020 yang menyatakan bahwa praktik magang dapat dilangsungkan di Unithree
5. Tahap kelima, Pada tanggal 29 Agustus 2020, Universitas memberikan surat izin kerja magang
6. Tahap keenam, Unithree mengeluarkan surat praktik magang, untuk diserahkan kepada Universitas.