

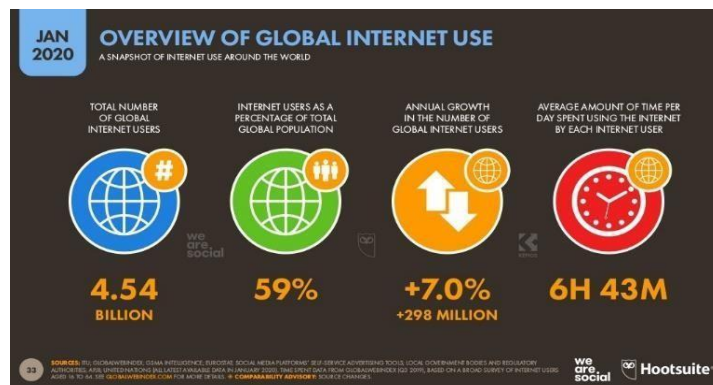
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi di Indonesia berkembang dan bertumbuh sangat pesat. Dilihat dari gaya hidup masyarakat Indonesia yang mulai mempunyai ketergantungan dengan teknologi khususnya dengan media digital. Dengan adanya perkembangan teknologi kini hal baru mulai bermunculan yang tentu saja bisa dimanfaatkan untuk melakukan banyak hal seperti penggunaan internet, dengan munculnya internet tentu bisa membantu untuk berkomunikasi hingga dijadikan media baru. Dikutip dari We Are Social 2020 melihat dari data pengguna internet per bulan Januari 2020, pengguna internet memiliki sekitar 4.54 miliar pengguna internet aktif dengan persentase populasi sebesar 59%, serta waktu yang dihabiskan untuk menggunakan internet sekitar 6 hingga 7 jam setiap harinya.

Gambar 1.1 Hasil Survey Pengguna Internet



(Sumber: <https://wearesocial.com/digital-2020>)

Perkembangan teknologi yang pesat membuat perusahaan harus bisa beradaptasi, dan berinovasi dengan perkembangan zaman yang serba digital. Dengan ini dilihat juga Industri penerbitan buku berkembang pesat di Indonesia, tentunya berkontribusi besar pada Sumber Daya Manusia.

Menurut data dari IKAPI (Industri Penerbitan Buku Indonesia, 2019). Pada saat ini ada 1.328 penerbit buku yang tergabung dalam IKAPI dan 95 % perusahaan tersebut aktif dalam penerbitan. penerbit aktif adalah

penerbit yang terus menerus aktif dalam penerbitan pada 1 tahunnya. Menurut IKAPI sekitar 90% dari penerbit yang ada terpusat di pulau Jawa. Sepanjang tahun 2019 telah terjual 33.199.557 eksemplar buku yang di ambil dari Gramedia. Sementara penjualan ebook yang sudah mulai berkembang beberapa tahun ini masih sangat rendah, menurut IKAPI saat ini penjualan ebook saat ini kurang dari 2%. Dengan data yang tertera dari IKAPI, perkembangan pasar penerbitan akan selalu naik sekitar 22% per tahun. Hal tersebut di ikuti oleh peningkatan Pendapatan Domestik Bruto (PDB) dan naiknya belanja buku rumah tangga di Indonesia. Distributor buku adalah pihak penengah antara penerbit dengan retail toko buku seperti Gramedia, Gunung Agung, Periplus, dan BooksBeyond. Distributor adalah pihak pertama yang mengirimkan buku-buku dari penerbit kepada retail, sehingga pihak distributor memahami bahwa adanya trend buku dengan keadaan pasar yang sedang terjadi. Karena inilah membantu penerbit memenuhi keinginan pasar.

PT Tiga Serangkai Pustaka Mandiri merupakan perusahaan yang bergerak di bidang percetakan, penerbitan, retail dan distribusi. Pelopor pendiri utama yaitu H.Abdullah Marzuki dan HJ Siti Aminah. Sosok pendiri dibalik PT Tiga Serangkai Pustaka Mandiri ini memulai karirnya sebagai guru sekolah dasar di kecamatan Sukoharjo. beliau sangat terinspirasi dari tahun 1959 berusaha sangat keras untuk memberikan buku- buku yang terbaik bagi anak-anak sekolah yang membutuhkan.

Dengan zaman yang berkembang dengan pesat perusahaan PT Tiga Serangkai Pustaka Mandiri menilai langkah untuk me-ngembangkan perusahaan-nya ke era digital adalah langkah yang tepat. Maka E-Marketing diniai sangat berpengaruh untuk saat ini, Menurut Strauss & Frost (2012: 28), “E-marketing merupakan penggunaan teknologi informasi untuk kegiatan pemasaran dan suatu proses untuk menciptakan, berkomunikasi, memberikan dan menukar nilai penawaran bagi pelanggan, klien, mitra serta pada masyarakat pada umumnya”. Sederhananya definisi *e-marketing* adalah hasil dari teknologi informasi yang diterapkan untuk pemasaran tradisional dalam dua cara. Namun, e-marketing melibatkan teknologi dasar

dan aplikasi. Dalam istilah sederhananya menurut Keller & Kotler (2004 : 74) memberikan definisi “internet marketing sebagai usaha perusahaan dalam rangka mempromosikan, menginformasikan, mengkomunikasikan, dan menjual produk maupun jasa menggunakan media internet.”

Alasan penulis memilih melakukan praktik kerja magang di PT Tiga Serangkai Pustaka Mandiri adalah karena, Dilansir dari Website www.tigaserangkai.com perusahaan ini telah berdiri dan bergerak selama 62 tahun dan sudah memiliki 40 cabang yang tersebar di Indonesia. Perusahaan PT Tiga Serangkai Internasional ini juga memiliki 6 anak perusahaan berbeda seperti PT Tiga Serangkai Pustaka Mandiri, PT Wangsa Jatra Lestari, PT Pantia Simpati yang mengelola bisnis percetakan dan penerbitan. Sementara untuk bisnis distribusi dikelola oleh PT Tiga serangkai International (TSI) dan bisnis ritel dikelola oleh PT Assalam Niaga Utama dan PT Tiga serangkai Nusantara. Perusahaan PT Tiga Serangkai Pustaka Mandiri berhasil memperoleh penghargaan ISO 9001 : 2000. Dengan mendapatkan penghargaan tersebut perusahaan dinilai baik dalam mengelola bisnis nya dari waktu ke waktu. Dan telah mendapatkan kepercayaan di bidang internasional.

Maka dari itu, dilansir dari website *content marketing communication* sangat berpengaruh terhadap produk perusahaan di zaman era serba digital ini, karena *content marketing* sangat membantu perusahaan untuk tetap mengikuti zaman.

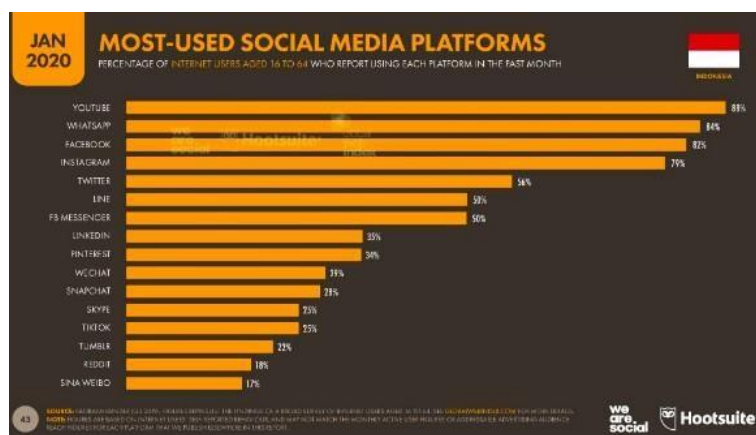
Gambar 1.2 Data Pengguna Telepon, Internet, dan Media Sosial



Sumber : <http://wearesocial.com/digital-2020>

Berdasarkan hasil riset Wearesosial Hootsuite (2020) yang dilansir dari website we are social 2020, pengguna mobile di Indonesia mencapai 338,2 juta atau sebesar 124% total populasi. Kemudian pengguna internet mencapai 175,4 juta atau 64% dari total penetrasi. Diartikan bahwa pengguna internet di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya dengan mencapai angka yang sangat tinggi. Dilihat dari data pengguna internet 2020 dari We Are Social, Sebagai acuan untuk perusahaan untuk melangkah ke jejak digital. Maka dari itu perusahaan sedang Menyusun konsep-konsep salah satunya yaitu membahas e-book Tiga Serangkai dengan market place yang diduduki oleh website Tiga Serangkai itu sendiri.

Gambar 1.3 Data media sosial yang paling aktif



Sumber: Digital report 2020 Indonesia

Berdasarkan data dari Hootsuite, pada Januari 2020, Facebook menempati urutan ketiga media sosial yang paling banyak digunakan dengan persentase 81%, sementara Instagram menempati urutan keempat dengan persentase 80% dan Twitter menempati urutan ke enam dengan persentase 59%. Menurut data dari Kominfo.go.id, Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia periode 2014-2019, Rudiantara memperkirakan jumlah portal berita *online* di Indonesia ada 43 ribu. Hal ini menyebabkan persaingan yang ketat antar media, khususnya media *online*. Maka dari itu, data diatas membuktikan di zaman yang serba modern ini tak hanya melakukan kegiatan pemasaran secara *offline* saja.

Melakukan praktik kerja magang di PT Tiga Serangkai Pustaka Mandiri membuat penulis mengerti bagaimana memanfaatkan media digital khususnya Instagram untuk memberikan informasi yang bersifat edukasi kepada target market, dan penulis belajar bagaimana membuat konten kreatif, inovatif, dan informatif yang dapat menjangkau masyarakat luas dan target market dari perusahaan.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Kerja magang ini dilaksanakan dengan maksud dan tujuan agar mahasiswa memiliki kemampuan dan keahlian profesional untuk:

1. Menjadi bekal penulis dalam pengalaman, peningkatan *softskill*, meningkatkan peneliti dalam berfikir kritis dan kreatif, mendapatkan ilmu-ilmu baru, serta gambaran pengetahuan untuk jenjang didunia pekerjaan selanjutnya.
2. Sebagai syarat kelulusan peserta kerja magang dalam menyelesaikan studi ilmu komunikasi jurusan komunikasi strategis di Universitas Multimedia Nusantara.
3. Mendapatkan pengalaman kerja dan pelatihan bagi mahasiswa agar menjadi mahasiswa yang memiliki nilai lebih serta siap untuk bersaing dunia kerja secara nyata.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang dilaksanakan di PT Tiga Serangkai Pustaka Mandiri yang ber-alamatkan di Jl. Prof. DR. Supomo No.23, Sriwedari, Kec. Laweyan, Kota Surakarta, Jawa Tengah, 57141. Praktik kerja magang dilaksanakan kurang lebih selama tiga bulan 60 hari kerja. terhitung dari tanggal 14 September 2020 sampai dengan Desember 2020.

Pakaian yang diperbolehkan setiap harinya adalah pakaian kerja dengan rapih dan sopan. Serta peraturan untuk karyawan tetap yaitu memakai seragam dari PT Tiga Serangkai Pustaka Mandiri dari hari Senin – Kamis lalu dihari Jumat yaitu memakai pakaian batik atau bebas.

Pembagaian kerja (*job desk*) ditentukan oleh Pak Andie Kusuma Brata selaku pembimbing lapangan dan juga selaku Manager E-Marketing PT Tiga Serangkai Pustaka Mandiri. Selama 3 bulan tersebut penulis ditempatkan di divisi *E-Marketing Communication*.

Adapun ketentuan hari dan jam pelaksanaan kerja dapat dilihat pada Tabel 1.1 sebagai berikut

Tabel 1.1 Jadwal Kegiatan Magang

Hari Kerja	Jam Kerja	Waktu Istirahat
Senin	07:30 – 16:30	12:00 – 13:00
Jumat	07: 00 – 16:30	11:30 – 13.00

Sumber: Dokumen Internal PT Tiga Serangkai Pustaka Mandiri

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Sebelum melaksanakan kegiatan kerja magang, berbagai persiapan dan langkah yang diambil oleh penulis. Prosedur pelaksanaan kerja magang yang dilakukan antara lain sebagai berikut :

1.3.2.1 Mengajukan Persiapan dan Penulisan CV

Penulis menulis dan menyiapkan CV serta mencari perusahaan yang memiliki divisi yang sesuai dengan bidang pendidikan penulis, yaitu *Content Marketing Communication*. Setelah itu, penulis pun mengajukan dan mengirimkan CV ke beberapa perusahaan lainnya.

1.3.2.2 Mengajukan Wawancara Perusahaan

Setelah CV penulis lolos seleksi oleh perusahaan, penulis dijadwalkan untuk diwawancarai, salah satunya oleh PT Tiga Serangkai Pustaka Mandiri yang sekaligus menjadi tempat kerja magang penulis. Wawancara dilakukan pada 9 September 2020.

1.3.2.3 Mengajukan Pengajuan KM 1

Penulis melakukan pengajuan KM 1 pada 11 September 2020 yang akan ditandatangani oleh Kepala Program Studi Komunikasi Strategis. Setelah itu, penulis mendapatkan KM 2, sebagai surat pengantar kerja magang yang diajukan kepada PT Tiga Serangkai Pustaka Mandiri.

1.3.2.4 Mengajukan Pelaksanaan Magang

Selama melakukan kerja magang, penulis mengisi KM 03 – KM 05, sebagai bukti kerja magang penulis yang kemudian ditandatangani oleh Heri Purwanto, selaku HRD PT Tiga Serangkai Pustaka Mandiri. Dengan adanya KM 03 merupakan kartu kerja magang dan KM 04 merupakan kehadiran kerja magang. Selain itu ada pengisian KM 06 - KM 07 yang merupakan laporan realisasi magang hingga form penilaian kerja magang yang akan diisi dan ditandatangani Andie Kusuma Brata, selaku *Head of E-Marketing Communication*.

1.3.2.5 Mengajukan Pembuatan laporan Magang

Laporan ini dibuat guna melaporkan hal apa saja yang sudah dilakukan oleh peserta magang saat bekerja secara nyata di PT Tiga Serangkai Pustaka Mandiri.