

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kemajuan IPTEK berdampak pada berkembangnya dunia usaha terutama yang bergerak di bidang digital. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyatakan bahwa 196,7 juta atau 73,7% dari populasi warga Indonesia sudah menjadi pengguna akses internet pada kuartal II 2020 dan Exabytes mencatat bahwa industry website di Indonesia mengalami peningkatan sebesar 9,4%, dari kuartal I-2020 ke Kuartal II-2020 (Jatmiko, L. D., 2020). Hal ini menunjukkan kesadaran pelaku usaha akan pentingnya keberadaan internet dan semakin terdorong untuk mengembangkan bisnisnya menjadi *e-business* atau *e-commerce*. Di era sekarang ini dunia bisnis menuntut pelaku bisnis untuk menciptakan strategi pemasaran terbaik dan sekreatif mungkin agar produk-produk yang dipasarkan dapat dikenal dan dijangkau oleh masyarakat luas. *E-commerce* atau *e-business* sudah menjadi strategi yang paling ampuh di era globalisasi terlebih saat ini dunia bisnis tengah terdampak oleh pandemi Covid-19.

Dalam mengembangkan suatu *e-commerce* pelaku usaha biasanya membutuhkan jasa Digital Marketing Agency atau biasa disebut agensi pemasaran digital. Menurut Chaffey, D. (2002:14), agensi pemasaran digital adalah jasa yang memberikan terapan digital pada pembentukan *online channel marketing* melalui *website*, *e-mail*, *database*, digital TV, dan melalui berbagai inovasi baru seperti *blog*, *feed*, *podcast*, dan jejaring sosial yang bertujuan memberikan pembaharuan pada kegiatan pemasaran.

PT. Satu Coretan Sahaja selaku agensi pemasaran digital menawarkan beragam layanan untuk melakukan pembaharuan pada kegiatan pemasaran. Layanan utama yang diberikan adalah seputar *digital branding* dan *marketing* dengan *technology support system*. Secara lebih rinci layanan tersebut meliputi *brand activation*, *creative digital marketing*, *website development*, *social media*

management, dan *mobile application*. Melalui bentuk layanan tersebut PT. Satu Coretan Sahaja memiliki tujuan utama untuk mengembangkan *online channel marketing* bagi para kliennya (Imran, R. A., 2020).

Dalam melakukan kerjanya PT. Satu Coretan Sahaja terdiri dari beberapa divisi yang bersinergi untuk menyelesaikan suatu *project* pemasaran. Salah satu divisi tersebut adalah *Strategic Planner* yang memiliki peranan untuk mendesain dan merencanakan komunikasi pemasaran. Dalam merencanakan komunikasi pemasaran tersebut *strategic planner* melakukan pertimbangan strategis dan menciptakan suatu ide untuk menjalankan suatu *project* pemasaran. Sebelum melakukan tugasnya seorang *strategic planner* mengadakan *briefing* terlebih dahulu dengan klien agar perencanaan yang dilakukan dapat mencapai *goals* yang ditentukan.

Jadi, pemahaman bahwa agensi pemasaran digital adalah perusahaan yang hanya membuat iklan dan mempublikasikannya kepada publik kurang sempurna, pada kenyataannya tugas dari agensi pemasaran digital memiliki cakupan yang luas. Seperti yang dikatakan oleh Roman, K., Maas, J., & Nisenholtz, M. (2005), periklanan bukanlah bisnis menggambar atau bisnis computer grafis, periklanan adalah bisnis ide dan kreativitas. Menggambar hanyalah ekspresi citra yang kita tuangkan sebagai bentuk konsep ide di dalam pikiran namun akhirnya tetap ide itu sendiri, menggambar lebih merupakan saran untuk mencapai tujuan.

Didorong dengan keingintahuan *intern* terhadap dunia agensi pemasaran digital, pemegang tertarik untuk melakukan kegiatan magang di perusahaan yang bergerak di bidang tersebut. Kegiatan magang adalah suatu proses bagi mahasiswa untuk menerapkan ilmu yang telah didapatkan melalui perkuliahan ke dalam dunia kerja dalam suatu perusahaan pada periode waktu tertentu. Pelaksanaan kegiatan magang bertujuan untuk membuka cakrawala dan menambah pengalaman baru bagi mahasiswa mengenai realitas dunia kerja yang tidak mereka dapatkan selama masa perkuliahan. Kegiatan magang memiliki peranan yang krusial dalam pembentukan karier seorang mahasiswa di masa mendatang, dengan berbekal cakrawala baru dan pengalaman yang cukup mengenai dunia kerja diharapkan mahasiswa dapat menjadi pribadi yang profesional dalam pekerjaan yang mereka kerjakan.

Hingga saat ini pemegang telah mendapatkan banyak sekali ilmu mengenai *Strategic Communication* melalui perkuliahan yang diikuti dari semester awal hingga akhir. Terdapat beragam cabang ilmu dalam jurusan *strategic communication* yang menarik untuk ditelusuri, salah satunya adalah *strategic planning*. Suatu produk dalam proses pemasarannya, tentu membutuhkan perencanaan terlebih dahulu sebelum menyebarkannya kepada publik. Perencanaan Strategis (*Strategic Planning*) adalah sebuah alat manajemen yang digunakan untuk mengelola kondisi saat ini untuk melakukan proyeksi kondisi pada masa depan, sehingga rencana strategis adalah sebuah petunjuk yang dapat digunakan organisasi dari kondisi saat ini untuk mereka bekerja menuju 5 sampai 10 tahun ke depan (Kerzner, 2001). *Strategic planning* merupakan langkah wajib bagi suatu produk sebelum dipasarkan kepada publik, karena dengan dilakukannya *strategic planning* suatu produk dapat memiliki tujuan yang jelas dalam pemasarannya.

Dalam proses pembuatannya, terkadang *strategic planning* memakan waktu dan sumber daya yang cukup besar bagi perusahaan yang akan memasarkan produknya kepada publik. Padatnya aktivitas kerja dalam suatu perusahaan seringkali membuat mereka tidak mampu melakukan *strategic planning* secara intensif. Oleh karena itu berdirilah perusahaan *Marketing Communication Creative Laboratory* yang memberikan layanan seputar *Brand activation, Creative Digital Marketing, Website Development, Social Media Management, dan Mobile Application*. Di dalam *Marketing Communication Creative laboratory* sendiri terdapat beberapa divisi yang saling bersinergi dalam menyelesaikan suatu pekerjaan. Divisi *Business Development* adalah salah satu divisi yang ikut bersinergi dalam penyelesaian suatu proyek kerja.

Setiap divisi dalam perusahaan *Marketing Communication Creative Laboratory* memiliki penugasan yang berbeda-beda. Namun perbedaan tugas yang dimiliki bukanlah halangan dalam merealisasikan suatu proyek, melainkan sebagai peluang untuk saling melengkapi sesuai dengan kemampuan atau *skill* yang dimiliki setiap divisi. Setelah mempelajari mengenai *strategic planning* selama masa perkuliahan, *intern* menjadi tertarik untuk mengalami praktik kerja sebagai *Strategic Planner*. Kemampuan analisis dalam menciptakan strategi bisnis yang

sesuai dengan permintaan konsumen membuat *intern* semakin tertarik untuk menngalami kerja sebagai *Strategic Planner*. Tugas dari seorang *Strategic Planner* tiap waktunya selalu penuh tantangan dan dinamis, hal ini dibuktikan dengan tingginya tuntutan klien akan proyek yang mereka ingin realisasikan sesuai dengan harapan mereka. Tantangan tersebut mendorong pemegang untuk merasakan bekerja di tengah banyaknya tekanan dan menyiapkan pribadi pemegang agar menjadi lebih siap menyongsong dunia kerja di masa mendatang, karena *intern* berpendapat bahwa dunia kerja akan lebih sulit dibandingkan dengan kerja magang. Oleh karena itu penulis mencari lowongan magang sebagai posisi *Strategic Planner* dan memutuskan untuk praktik kerja di PT. Satu Coretan Sahaja.

PT. Satu Coretan Sahaja yang biasa dikenal Sacoret ID adalah perusahaan *Digital Marketing Agency* yang berlokasi di Yogyakarta. Sacoret ID memiliki tujuan utama dalam meberikan layanan seputar *Digital Branding & Marketing* dengan *Technology Support System. Integrated Marketing Communication* yang melingkupi *Brand Activation, Creative Digital Marketing, Website Development, Social Media Mangement, dan Mobile Aplication* merupakan layanan unggulan dari Sacoret ID. Sacoret ID sudah menyelesaikan beragam proyek tuntutan klien sesuai dengan layanan yang mereka tawarkan. Banyaknya portofolio yang dimiliki Sacoret ID mendorong *intern* untuk melaksanakan kegiatan magang sebagai *Strategic Planner* pada divisi *Business Development*.

Harapan lain *intern* melakukan kegiatan magang di PT. Satu Coretan Sahaja adalah ingin mengembangkan bakat di bidang *photography* dan *videography* serta *art design*. Bakat-bakat tersebut sangat penting untuk dikembangkan mengingat di masa depan kebutuhan akan bakat tersebut di industri kreatif sangat diperlukan. Selain itu penulis juga ingin memperluas wawasan seputar dunia *Marketing Communication* yang selama ini hanya sedikit yang *Intern* pahami, karena pemegang memilih peminatan di *Corporate Communication*. Pemegang berpendapat bahwa sejatinya *Marketing Communication* dan *Coporate Communication* adalah dasar ilmu yang tidak dapat dipisahkan, jadi penting untuk mengetahuinya.

Kota Yogyakarta menjadi kota pilihan tempat magang *intern* karena *intern* memiliki pandangan bahwa industri kreatif di Yogyakarta saat ini tengah berkembang. Banyaknya jumlah anak muda mendorong pemikiran-pemikiran kreatif untuk berkembang di kota tersebut, termasuk kreatifitas pada bisnis media digital. Dalam ranah *Digital Marketing* kota Yogyakarta juga mengalami perkembangan hal ini ditunjukkan dengan bertambahnya *House Production* dan *Digital Marketing Agency*. Berkembangnya *Digital Marketing Agency* di Yogyakarta mendorong rasa ingin tahu *intern* bagaimana rasanya bekerja di kota Yogyakarta dan mengetahui bagaimana bekerja di perusahaan *Digital Marketing Agency* yang tengah berkembang.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Kesamaan latar belakang pendidikan pemagang dengan ranah kerja PT. Satu Coretan Sahaja membuat pemagang tertarik untuk melaksanakan kegiatan magang di perusahaan tersebut dengan tujuan:

1. Untuk mengetahui peran *strategic planner* pada perusahaan digital marketing agency.
2. Mampu menerapkan konsep konsep yang diperoleh selama masa perkuliahan pada industri kreatif.
3. Meningkatkan *softskill* seperti kerjasama tim, komunikasi, kedisiplinan maupun inisiatif.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Sebelum melaksanakan kegiatan magang, pemagang melalui beberapa tahapan yang harus dilakukan

a. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Kegiatan magang yang dilaksanakan oleh pemagang memiliki periode waktu selama 2 bulan, dimulai pada tanggal 24 Agustus 2020 dan berakhir pada 23 November 2020. Dalam kesehariannya, jam kantor di Sacoret ID dimulai pada pukul 08.00 dan berakhir pada 17.00. Namun,

terkadang jam kantor dapat selesai lebih cepat karena kegiatan magang yang dilalui oleh pemegang menggunakan metode *Work From Home* selama periode magang berlangsung.

b. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Dalam mengalami kegiatan magang, *Intern* melalui beberapa prosedur aplikasi magang di perusahaan. Berikut ini adalah rincian prosedur yang dilakukan pemegang selama melakukan kegiatan magang:

1. melakukan pencarian lowongan magang di bidang industri *Digital Marketing* dan hasil dari pencarian tersebut *Intern* memutuskan untuk mengirim CV dan surat lamaran ke PT. Satu Coretan Sahaja (Sacoret ID) melalui email resmi perusahaan hello@sacoret.id pada 23 Juli 2019 pukul 08.00 WIB.
2. Pada hari yang sama pada jam 17.45 Sacoret ID mengirimkan balasan email yang menyatakan bahwa penulis diterima untuk melaksanakan kegiatan magang di Sacoret ID.
3. Pada 28 Juli 2020 pemegang mengirim email kembali ke Sacoret ID yang bertujuan menanyakan apakah kegiatan magang dapat dimulai pada tanggal 24 Agustus 2020 dan dapat dilaksanakan dengan metode WFH (*Work From Home*).
4. Pada 8 Agustus 2020 *intern* mendapatkan email balasan dari Sacoret ID yang menyatakan bahwa kegiatan magang dapat dimulai pada 24 Agustus 2020 dan dapat dilaksanakan dengan metode WFH.
5. Selanjutnya pemegang mengajukan formulir magang (KM-01) kepada Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi untuk menapatkan persetujuan mengenai perusahaan tempat pemegang melakukan kegiatan magang dan divisi yang akan dimasuki.
6. Pada 14 Agustus 2020 *Intern* mendapatkan persetujuan untuk melakukan kegiatan magang di Sacoret ID dengan bukti dikirimkannya formulir magang (KM-02) kepada *Intern*.

7. Pada 17 Agustus 2020 *Intern* menghubungi *supervisor* magang penulis yakni Ibu Siti Alfiah Kusumawardani untuk menanyakan persiapan briefing
8. Pada 24 Agustus 2020 Pemegang secara resmi telah memulai kegiatan magang sebagai *Strategic Planner* di Sacoret ID hingga 23 November 2020.