Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, 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.

Perpustakaan Univeristas Multimedia Nusantara

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Tri Wulandari dkk (Departemen Perindustrian 2010) Pengembangan industri otomotif memiliki banyak faktor yang memiliki kaitan erat dengan luas nya sektor ekonomi. Menurut Tri Wulandari dkk (Departemen Perindustrian 2010), Perkembangan industri otomotif di Indonesia kini cukup baik karena ada beberapa hal seperti potensi di dalam negeri ini cukup besar, mempunyai basis ekspor untuk ke beberapa negara hal ini didukung oleh pengalaman di dalam bidang produksi selama 30 tahun. Industri komponen otomotif di Indonesia berkembang sejak adanya kebijakan pemerintah mengenai ketentuan penggunaan komponen lokal tahun 1976. Namun, hingga saat ini ketergantungan terhadap komponen impor masih tinggi. Media Data (2010) menyatakan bahwa industri komponen di dalam negeri memberikan kontribusi yang cukup besar. Hal ini terlihat dari produksinya yang sebagian besar digunakan untuk memenuhi pasar penggantian (replacement market) dan masuk ke pasar ekspor yang dapat meningkatkan devisa.

Salah satu pemain dari industri otomotif ini adalah Mercedes Benz merupakan salah satu produsen senior di dunia, mobil yang banyak dipilih karena sistem keamanan Mercedes Benz yang sangat baik. Mercedes Benz, sebuah perusahaan mobil Jerman, pertama kali masuk ke Indonesia pada tanggal 8 Oktober 1970. Pada tahun 1973 GMM mulai merakit dan mengoperasikan mobil penumpang dan didukung oleh mekanik lokal baru di Wanaherang, Bogor, Jawa Barat 1982, menawarkan program pelatihan untuk mekanik profesional di Dealer Mercedes Benz di Indonesia. Sertifikat ISO 9001 ini merupakan wujud dari Mercedes Benz itu sendiri, yaitu “the best or nothing”. Perjalanan Mercedes Benz di Indonesia selalu berlanjut seiring dengan komitmen perusahaan untuk memberikan pengalaman terbaik bagi pelanggan.

Profesi yang bertugas mengeksekusi proses yang berawal dari strategi kreatif pemasaran, hingga sisi kreatif literatur promosi, periklanan tersebut adalah Marketing komunikasi. Sebuah perusahaan perlu memiliki ahli dalam bidang marketing komunikasi untuk mencapai target segmen. Chris Fill (Fanny Justicia Winawati., 2014: 04) Komunikasi pemasaran merupakan proses manajemen dimana sebuah organisasi dapat berkomunikasi dengan khalayaknya. Dengan tujuan untuk semakin mengenali karakteristik dari setiap khalayaknya agar sebuah organisasi atau perusahaan dapat menentukan target dan posisi bagi perusahaan mereka. Sehingga untuk mencapai hal tersebut sebuah organisasi perlu merencanakan, mengemas dan menyajikan serta mengevaluasi serangkaian pesan yang ditujukan kepada kelompok-kelompok pemangku kepentingan yang telah diidentifikasikan sebagai target yang hendak dituju. Tujuan utama dari proses komunikasi pemasaran ini adalah untuk memposisikan organisasi dalam pikiran masing masing anggota dari target khalayak. (Chris Fill.1999:14)

Marketing communication menjadi hal penting di perusahaan Mercedes Benz Distribution Indonesia dalam proses menyampaikan sebuah informasi mengenai produk atau jasa untuk konsumen atau calon konsumen. Dalam hal ini tentu perusahaan memerlukan ahli dari marketing communication yang dapat memahami bagaimana sebuah produk atau jasa yang baru di mercedes benz dapat dikenal dan diketahui oleh khalayak sesuai dengan target dari perusahaan. Disamping itu, penulis tertarik untuk melakukan kerja magang di perusahaan ini karena Mercedes Benz indonesia merupakan salah satu perusahaan otomotif yang sudah senior di bidang otomotif dan juga memiliki pelanggan yang loyal akan produk dan juga service dari Mercedes Benz. Kegiatan kerja magang pada divisi CSI ini tentunya memberikan pengalaman baru untuk penulis dan juga penulis mendapatkan ilmu yang berharga serta dapat lebih mendalami mengenai dunia ilmu komunikasi.

1.2 Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Tujuan dari pelaksanaan kerja magang ini yaitu:

1) Untuk mengetahui *marketing communication* yang dilakukan untuk meningkatkan brand awareness di PT Mercedes Benz Indonesia dan juga

2) Untuk mendapatkan pengalaman kerja sesuai dengan teori-teori ilmu komunikasi yang dipelajari oleh penulis terutama teori dari marketing komunikasi.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Kegiatan magang ini berlangsung 3 bulan kerja dari tanggal 24 Agustus 2021 Hingga 30 November 2021 atau sama dengan 3 bulan, sebagai *marketing communication support* pada PT Mercedes Benz Distribution Indonesia. Secara rinci, kegiatan magang yang dilakukan pada

Hari : Senin-Jumat
Jam :08:00 – 17:00
Keterangan :Work From Home (WFH)

Walaupun penulis bekerja secara WFH penulis diwajibkan untuk hadir tepat waktu sesuai dengan peraturan perusahaan.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Mengacu kepada persyaratan akademik dari Universitas Multimedia Nusantara, Praktek kerja magang hanya dapat dilaksanakan oleh mahasiswa yang sudah memenuhi syarat kelulusan yaitu minimal 100 SKS dan IPK minimal 2,00 serta tidak terdapat nilai D dan E dalam transkrip nilai. Guna melaksanakan praktek kerja magang di PT. Mercedes Benz Distribution

Indoensia, berikut prosedur dibawah ini yang harus dilewati selama magang:

1. Pada tanggal 03 Agustus 2021, penulis mengirimkan CV kepada manager dari divisi CSI melalui E-mail
2. Pada tanggal 06 Agustus, penulis dipanggil untuk wawancara bersama manager divisi CSI. Wawancara dilakukan melalui virtual ms teams dan juga membahas peraturan-peraturan yang harus dilakukan selama WFH
3. Pada tanggal 24 Agustus 2021, penulis melakukan magang pertama melalui virtual ms teams
4. Membuat report magang dua minggu sekali, dalam persetujuan dari supervisor
5. Berdasarkan syarat magang yang dikeluarkan melalui pihak UMN, melakukan kerja magang selama 60 hari kerja (hari libur tidak dihitung)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA