



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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.

BAB I

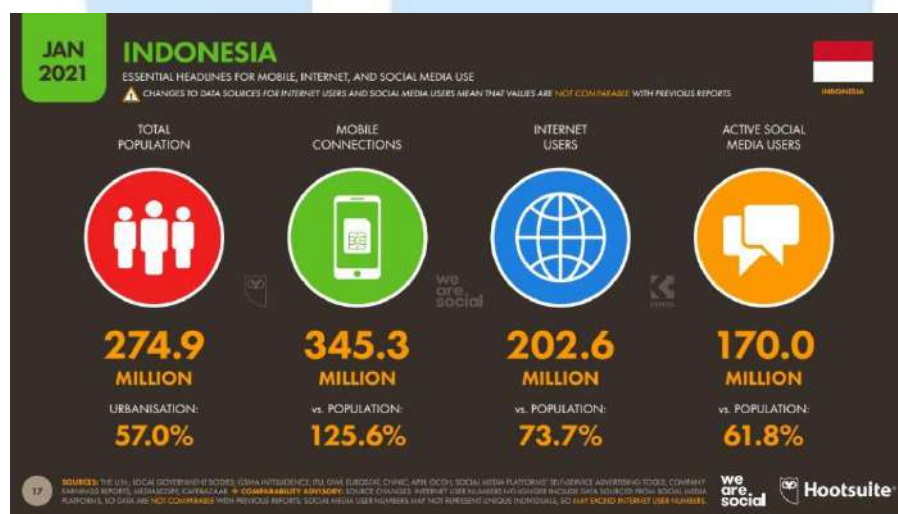
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era modern saat ini keterbukaan informasi publik sangat mudah ditemukan di media saat pemberian informasi secara cepat karena mengacu kepada media baru yang sangat efektif dan efisien dalam penyebaran informasi kepada khalayak luas dimana beriringan dengan perkembangan zaman dimana teknologi melalui internet bisa digunakan secara praktis dan memudahkan setiap individu dalam melakukan berbagai kegiatan. Hal ini bisa dilihat dari data yang diberikan oleh We Are Social dan Hootsuite terhadap perkembangan media khususnya di Indonesia terdapat 202,6 juta pengguna internet di Indonesia dimana terdapat kenaikan sebesar 15,5% atau dengan jumlah 27 juta pengguna internet. Dengan total populasi yang menyentuh angka 274,9 juta jiwa maka bisa disimpulkan 73,3% masyarakat Indonesia telah bisa mengakses ke dunia maya (Iimers, 2021). Di sisi lain, media pada saat ini berkembang didasari oleh teknologi yang semakin canggih. Selain itu, perkembangan teknologi pada saat ini memiliki dampak positif dan negatif. Hal ini membuat peningkatan teknologi harus tetap mendapatkan pengawasan yang ketat dari pihak yang berwenang demi terciptanya perkembangan yang baik. Sejarah perkembangan media sendiri terdiri dari empat era yaitu; Era Lisan, Era Tulisan, Era Percetakan, dan Era Teknologi. Jika dahulu masyarakat hanya dapat menerima berita melalui mulut ke mulut, karena perkembangan teknologi dan media masyarakat dapat menjadi lebih mudah menerima berita dan pesan bahkan dalam cakupan yang sangat luas seperti

berita internasional. Hal ini terjadi karena adanya sumber daya manusia yang terus berupaya melakukan inovasi dalam dunia teknologi, yang contohnya seperti dapat merubah mesin tik menjadi lebih canggih seperti laptop dan *personal computer*. Teknologi dirancang sebaik mungkin oleh manusia untuk mempermudah setiap kegiatan di dunia informasi dan telekomunikasi.

Gambar 1.1 (Data pengguna internet dan sosial media)



Sumber: Wearesocial & Hootsuite 2021

Dari data Wearesocial & Hootsuite yang dirilis pada tahun 2021 terlihat bahwa pengguna internet dan sosial media yang sangat luas cakupannya membuat media saat ini lebih mudah dan fleksibel dalam menyampaikan konten yang bisa diakses oleh masyarakat khususnya di Indonesia (Iimers,2021) karena saat ini dengan handphone saja kita bisa mengakses dan mencari apapun yang ada di internet dan PT Merah Putih Media melihat ini sebagai peluang untuk menyebarluaskan berita melalui platform *social media* dan *website* karena peluang yang sangat baik karena cakupan negara Indonesia yang sangat luas

dimana juga bisa menjadi media yang menyebarkan berita agar pemerataan informasi yang ada di Indonesia semakin baik seiring berkembangnya zaman.

Sedangkan untuk mencapai tujuan tersebut dibutuhkan peran Marketing Communication agar bisa menciptakan konten dan kegiatan yang bisa menarik minat masyarakat Indonesia, seperti yang diungkapkan oleh Philip Kotler (1997) Marketing adalah sebuah proses sosial dan manajerial yang didalamnya terdapat individu dan kelompok agar mendapatkan sesuatu yang mereka inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan menukarkan produk yang memiliki nilai kepada pihak lain. Tentunya hal ini membutuhkan beberapa kerjasama yaitu seperti divisi *Marketing Communication* yang diharuskan untuk melakukan kontak dan bersinergi dengan tim *Creative* agar bisa menyelaraskan tujuan dari perusahaan. Tugas dari *Marketing Communication* adalah melakukan Komunikasi untuk menginformasikan brand dan membuat pelanggan potensial sadar akan penawaran organisasi.

Selain itu Marketing Communication juga diharuskan melakukan komunikasi untuk membujuk pelanggan yang sudah ada dan calon pelanggan untuk melakukan pertukaran. Melalui konsep *Marketing communications and the process of exchange* (Fill, C., & Turnbull, S, p9, 2016) dimana proses dikembangkan dan dikelola melalui 4 langkah yaitu:

1. meneliti kebutuhan pelanggan dan pemangku kepentingan
2. Melakukan identifikasi, memilih serta menargetkan kelompok pelanggan atau pemangku kepentingan tertentu yang berbagi

karakteristik diskriminatif yang serupa, termasuk kebutuhan dan keinginan.

3. Mengembangkan penawaran untuk memenuhi kebutuhan yang diidentifikasi dengan harga yang dapat diterima melalui rangkaian saluran distribusi tertentu.
4. Membuat target audiens sadar akan keberadaan penawaran, dimana kompetisi atau hambatan lain untuk tindakan konsumen yang positif, seperti kurangnya motivasi atau keyakinan, program promosi dikembangkan dan digunakan untuk berkomunikasi dengan kelompok yang dituju.

PT. Merah Putih Media sendiri adalah sebuah perusahaan media berbasis berita digital online yang bergerak di beberapa divisi seperti website, Informasi dan Teknologi serta sosial media. PT Merah Putih Media didirikan di tahun 2014 dibawah naungan JHL Group. PT Merah Putih Media juga memiliki berbagai macam portal media yang menyajikan berita aktual, terupdate, dan inspiratif dimana meliputi:

1. Merahputih.com sebagai media berita, hiburan dan gaya hidup, tradisi, kuliner, dan travel.
2. Kabaroto.com sebagai media otomotif.
3. Bolaskor.com sebagai media sepak bola nasional dan internasional.
4. Side.id sebagai media kawasan yang meliput BSD, Gading Serpong dan Alam Sutera dan sekitarnya.
5. Kamibijak.com sebagai media disabilitas pertama di Indonesia.

PT Merah Putih Media lahir dengan semangat untuk memberikan inspirasi bagi masyarakat Indonesia dan melalui semangat tersebut, kami memiliki fokus untuk selalu menyajikan informasi yang positif dan juga inspiratif dan juga mengedukasi kepada setiap pembaca. Visi dari PT Merah Putih Media adalah agar Remaja Indonesia memiliki rasa keberanian untuk menginspirasi, diawali pada sebuah ide hingga menjadi suatu aksi yang bisa menghasilkan bangsa Indonesia kearah yang lebih baik dan lebih maju kedepannya. Serta misi dari PT Merah Putih Media adalah agar selalu tetap mengudara di dunia maya untuk terus memberikan berita terkini, dan menjadi situs alternatif Masyarakat yang Berani Menginspirasi.

Alasan penulis memilih untuk menjalankan praktik kerja magang di PT Merah Putih Media karena PT Merah Putih Media berada dibawah naungan dari JHL Group. Dilansir dari ekonomi.bisnis.com (2018), JHL Group bahkan sudah melakukan perluasan bisnis dalam skala internasional seperti Kamboja dan Filipina untuk memperluas jaringannya. PT Merah Putih Media sendiri termasuk perusahaan yang cukup baru dan hal ini juga ikut mempengaruhi penulis karena saat melakukan praktik kerja magang di perusahaan yang tergolong baru tentunya penulis memiliki harapan untuk bisa mengetahui dan mempelajari perusahaan yang baru mulai dari awal hingga perkembangan perusahaannya.

Di PT Merah Putih Media, penulis melakukan praktik kerja magang sebagai Marketing Communications. Tugas penulis adalah melakukan brainstorming ide untuk konten empat media yang ada di PT Merah Putih Media yaitu Merahputih.com, Bolaskor.com, Kabaroto.com, Side.id dan membantu program Kolaboraside yang secara spesifik merupakan program dari media Side.id seperti melakukan revisi paket kolaboraside terbaru, pembuatan rate card dan menjalankan program *giveaway*. Hal-hal tersebut merupakan kegiatan baru yang dilakukan oleh penulis, sehingga hal tersebut diyakinkan mampu menjadi batu loncatan penulis untuk memiliki jam terbang yang lebih teruji untuk menjadi bekal di dunia karir nanti.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang yang dilakukan oleh penulis merupakan syarat dari kebutuhan mata kuliah *Internship* dan juga penulis memiliki beberapa tujuan lain yaitu:

1. Untuk mengetahui lebih dalam peran dan cara kerja *Marketing Communication* di PT Merah Putih Media dimana Komunikasi Pemasaran hanya dapat berhasil jika hal tersebut merupakan upaya total perusahaan yang ada pada semua fungsi dalam suatu organisasi yang bekerja secara terkoordinir untuk bersaing secara konsisten guna menyenangkan dan memuaskan pelanggan dan juga mendapatkan keuntungan bagi organisasi atau perusahaan (Kotler: 2019)

2. Sebagai pembelajaran diri dalam dunia kerja agar bisa berguna disaat kelulusan dan bisa mengamalkan nilai dan hasil kerja selama periode magang.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan praktik kerja magang yang penulis jalankan adalah 60 hari kerja di PT Merah Putih Media dengan rincian waktu kerja Senin sampai Jumat di pukul 10:00 - 18:00 namun tak menutup kemungkinan juga jika diharuskan bekerja di hari sabtu dan minggu untuk kebutuhan perusahaan.

Dengan beberapa pertimbangan karena dampak dari pandemi COVID-19 dan peraturan PPKM yang mengharuskan perusahaan membatasi jumlah karyawan di kantor, Maka penulis melakukan pelaksanaan kerja magang dengan rincian Senin, Kamis dan Jumat dilaksanakan dengan sistem Kerja dari Kantor (KDK) dan di hari Selasa dan Rabu dilaksanakan dengan sistem Kerja dari Rumah (KDR). Perhitungan hari kerja penulis dimulai dari 27 September 2021

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1. Mengirimkan Curriculum Vitae (CV) yang ditujukan kepada PT Merah Putih Media melalui HRD PT Merah Putih Media yaitu Bapak Joudy Irawan.
2. Melakukan wawancara kerja dengan HRD PT Merah Putih Media di Kantor PT Merah Putih Media yang berlokasi di Cluster Paramount Hill

Golf Timur Blok GGT No 112, Gading Serpong , Cihuni, Pagedangan, Tangerang, Banten di tanggal 22 September 2021 yang disertai dengan pengumuman penerimaan di akhir wawancara.

3. Mengisi kartu magang (KM-01) melalui Google Form yang bertujuan untuk mendapatkan persetujuan Kaprodi dalam pengajuan pelaksanaan kerja magang yang akan menghasilkan surat pengantar yang dikeluarkan oleh pihak universitas kepada perusahaan (KM-02).
4. Memberikan surat pengantar (KM-02) yang telah diberikan oleh pihak universitas kepada PT Merah Putih Media dan juga memulai magang di hari pertama di tanggal 27 September 2021.
5. Menjalankan pelaksanaan kerja magang selama 60 hari kerja sebagai Marketing Communication di PT Merah Putih Media.
6. Membuat laporan pelaksanaan praktik kerja magang di PT Merah Putih Media sebagai tanggung jawab terhadap pihak universitas dan juga PT Merah Putih Media. Dalam proses praktik kerja magang dan juga pembuatan laporan magang, penulis dibimbing langsung oleh Dosen Pembimbing Magang yaitu Ibu Cendera Rizki Anugrah Bangun.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA