

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Kominfo Indonesia saat ini sedang memasuki era revolusi industri 4.0 yang mengakibatkan bahwa penggunaan teknologi *digital* akan semakin padat (Yusuf, 2020). Setelah industri sudah mencapai 4.0 maka dapat dikatakan bahwa zaman sudah memasuki era *modern*, tidak heran bahwa di Indonesia khususnya perusahaan Jakarta yang memanfaatkan era *modern* menjadi aktivitas pemasaran *digital* yang sering dikenal dengan *digital marketing*. *Digital Marketing* merupakan aktivitas dari pemasaran yang termasuk ke dalam merek dengan memanfaatkan media *digital* seperti laman *website*, sosial media, *e-mail* dan *database* (Sanjaya, R. Tarigan, J. 2009).

Dengan adanya perkembangan internet, maka persaingan bisnis di Indonesia semakin berkembang dan meningkat. Berikut merupakan perusahaan di Indonesia khususnya Jakarta yang melayani di bidang *digital marketing* yaitu Dentsu Indonesia yang merupakan *advertising agency* multinasional di Indonesia dan dapat dikatakan bahwa raksasa dalam industri periklanan. Dentsu Indonesia mempunyai 11-unit bisnis salah satu nya iProspect Indonesia yang bergerak di bidang *digital marketing*.

iProspect Indonesia merupakan *digital marketing agency* di bawah naungan Dentsu Indonesia yang berfokus pada mengubah niat konsumen menjadi tindakan dan mendorong kinerja bisnis untuk merek terbesar di dunia, iProspect Indonesia melayani di bidang *Search Discovery Index* seperti Visibilitas (Peringkat Kata Kunci), Aksesibilitas (Teknis), Relevansi (Konten), Otoritas (Menghubungkan), dan Otoritas (Sosial). iProspect Indonesia dipercaya untuk membantu *brand* mengembangkan keberhasilan bisnis bagi merek paling inovatif di seluruh sektor yaitu Media, *Telecommunications*, FMCG, *E-Commerce*, *Financial Services*, *Automotive* dan *Ministry*. iProspect Indonesia mempunyai beberapa kompetitor dalam *scope digital marketing* seperti Havas *Digital*, Leverate media, Inbound *agency engine*, Wavemaker Indonesia dan Redcomm Indonesia.

Dilansir oleh Kompas.com bahwa pada tanggal 2 Maret 2020 presiden Jokowi mengumumkan bahwa virus corona telah terjadi di Indonesia pada kuartal I pada tahun 2020 (Pranita, 2020), pandemi virus corona turut andil dalam memperkuat inovasi perusahaan. masyarakat harus siap mengalami pandemi virus corona yang tentunya akan merugikan semua aspek khususnya aspek bisnis.

Sebelum pandemi terjadi kegiatan yang dilakukan oleh iProspect yaitu mengikuti kompetisi dikalangan agensi. Berikut merupakan hasil dokumentasi saat iProspect mendapatkan peringkat silver pada acara pada acara *Southeast Asia Specialist Agency of the Year 2019* yang diadakan oleh *campaign asia*



(Sumber Dentsu.com, 2019)

Gambar 1.1 Silver for Specialist Agency of The Year – iProspect

Campaign Asia merupakan sebuah wadah berbentuk majalah media yang memberikan wawasan mengenai industri media dan pemasaran yang sedang berkembang di wilayah Asia-Pasifik. Misi dari *Campaign Asia-Pasifik* adalah memberikan pelayanan elit pemasaran serta memberikan motivasi dalam periklanan, komunikasi kreatif ke batasan baru dan mendefinisikan kembali pengalaman merek melalui *online* maupun *offline*.

iProspect Indonesia mendapatkan *award* kembali dengan peringkat Gold dengan kategori Indonesia *Search Marketing Agency of the Year* dan Gold dalam kategori Indonesia *Specialist Agency of the Year* yang diselenggarakan oleh *Marketing*

Interactive pada tahun 2019. Kegiatan sebelum pandemi yang sudah menjadi mandatory yaitu mengadakan *monthly huddle* dengan harapan setiap divisi dapat menyampaikan pencapaian setiap bulan.

Setelah virus corona memasuki Indonesia maka perkembangan bisnis di Indonesia terancam mengalami penurunan dalam perkembangan bisnis, hal tersebut tentunya dialami oleh iProspect Indonesia namun sebelum krisis terjadi, dapat diatasi dengan baik yaitu dengan mempertahankan pertumbuhan dan memberikan kinerja terbaik bagi klien. Pertumbuhan tersebut didukung terutama oleh retensi serta kemenangan dari bisnis baru, 95% iProspect mempertahankan klien secara menyeluruh dan memperluas hubungan dengan klien, salah satunya yaitu Nestlé. Pandemi virus corona memberikan perubahan bagi karyawan dari segi gaya hidup kerja *work from office* menjadi *work from home*. Pandemi virus corona tidak memberhentikan semangat Dentsu Indonesia untuk selalu berkembang bersama 11-unit bisnis di bawah naungannya antara lain Dentsu mcgarrybowen, isobar, dwi sapta, Dentsu main ad, bee live, carat, iProspect, Vizeum, Dentsu X, dan Merkle.

Penulis memilih untuk melakukan praktek kerja magang di iProspect Indonesia (PT Valuklik) karena perusahaan ini merupakan salah satu milik Dentsu Indonesia yang sudah memiliki jejak pengalaman yang baik atas pelayanannya serta memberikan solusi atau inovasi kreatif bagi suatu merek. Penulis menjadi bagian dalam marketing *communication*, penulis berharap selama melakukan praktek kerja magang mendapatkan pengalaman kerja mengenai aktivitas marketing *communication* pada industri *digital marketing advertising agency*.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan dari kerja magang sebagai Marketing Communication ini bertujuan untuk:

- A. Mempelajari dan mengetahui aktivitas apa saja dari *Marketing Communication* di iProspect Indonesia (PT. Valuklik).
- B. Mengimplementasikan teori - teori atau konsep yang sudah dipelajari di kampus dan menerapkan teori tersebut saat di lapangan atau kerja magang.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Kerja Magang

Praktek kerja magang dilakukan selama 6 bulan kalender terhitung dari 21 Juni 2021 - 20 Desember 2021 sebagai *Marketing Communication Intern* di iProspect Indonesia salah satu perusahaan milik Dentsu Indonesia. Namun penulis melakukan praktek kerja magang dari Universitas selama 60 hari kerja terhitung 10 Agustus – 30 Oktober. Waktu operasional kerja magang di iProspect Indonesia yaitu Senin - Jumat dari pukul 09.00 - 18.00. Dikarenakan kerja magang dilakukan selama pandemi covid 19 maka diterapkan *Work from Home* (WFH) namun diperbolehkan untuk *Work from Office* (WFO) tetapi tidak diwajibkan setiap hari.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1. Pada tanggal 3 Juni 2021 pekerja magang melihat informasi bahwa Dentsu Indonesia sedang membuka lowongan *internship* lalu pekerja magang langsung mengirimkan surat lamaran berupa CV kepada *Human Research* dari Dentsu Indonesia.
2. Tanggal 4 Juni 2021, pekerja magang di contact oleh HR Dentsu Indonesia melalui *email* untuk dimintai mengisi *application form* yang diberikan. Application form berisi kelengkapan data diri.
3. Setelah pekerja magang mengirimkan *application form*, maka telah ditentukan bahwa pada tanggal 7 Juni 2021 pukul 11:00 - 12:00 pekerja magang diberitahu untuk mengikuti *online interview* bersama HR dari dentsu Indonesia dan *user Marketing communication Manager* di iProspect Indonesia.
4. Tanggal 8 Juni 2021, pekerja magang mendapatkan informasi melalui *email* yaitu pekerja magang diberikan *case study* oleh iProspect dengan *deadline* pengumpulan satu hari. Bentuk pertanyaan dari *case study* yang berikan sebagai berikut, “*Brand X* adalah perusahaan pialang yang baru diluncurkan di Indonesia dan belum memiliki saluran komunikasi apapun. Bagaimana cara nya untuk mempromosikan *brand X*? channel seperti apa yang tepat untuk

digunakan? Dan konten pilar seperti apa yang akan anda tetapkan?” *case study* dikerjakan dalam bentuk *power point* dengan maksimal halaman tiga.

5. Pada tanggal 9 Juni 2021 pekerja magang mendapatkan informasi melalui *email* bahwa peserta magang telah berhasil melewati seluruh rangkaian atau tahapan-tahapan rekrutmen dan diterima sebagai *Marketing Communication Intern* iProspect Indonesia salah satu perusahaan milik Dentsu Indonesia.
6. 21 Juni 2021 merupakan hari pertama kerja magang dan langsung menandatangani kontrak kerja magang selama 6 bulan terhitung bulan Juni - Desember 2021.
7. Setelah mengambil KRS Magang, maka pekerja magang mengajukan KM-01 pada bulan Agustus 2021.
8. KM-02 atau surat pengantar magang untuk perusahaan diterima tanggal 10 Agustus 2021.
9. Tanggal 16 Agustus 2021 pekerja magang mendapatkan *acceptance letter* dari iProspect Indonesia yang dapat digunakan untuk keperluan kelengkapan magang dan mengunggahnya di my umn.

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA