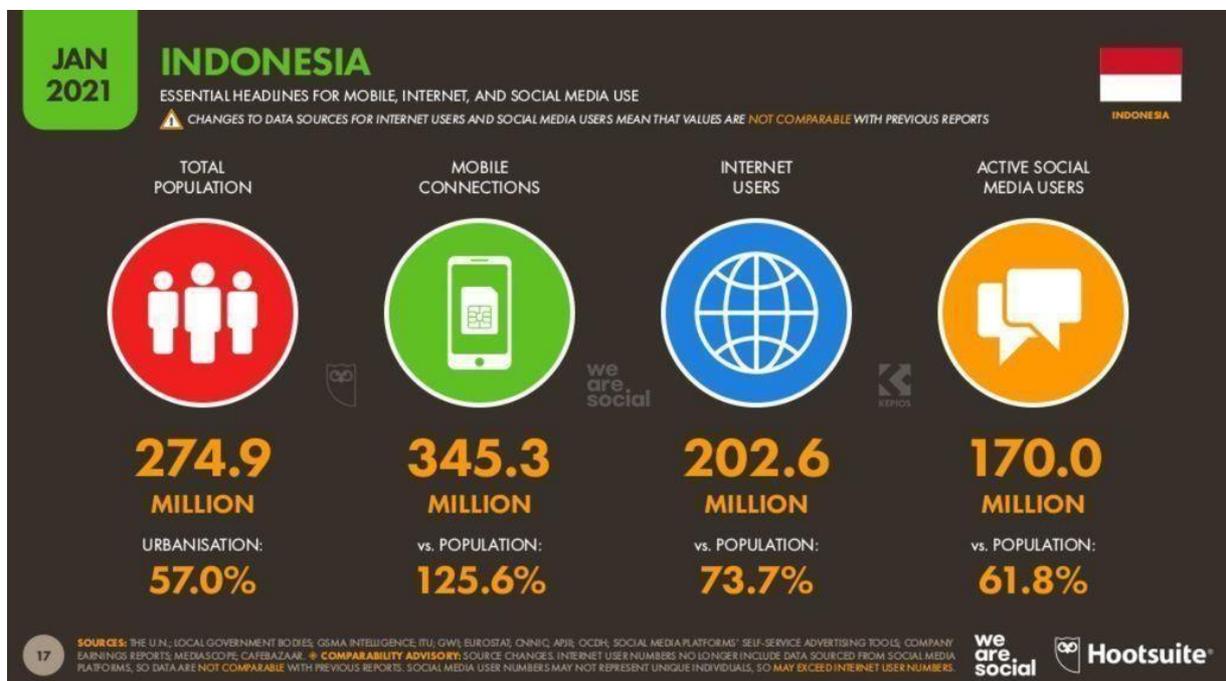


## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Sebuah perusahaan tentu mempunyai produk/jasa dengan tujuan untuk menjalankan aktivitas bisnisnya. Tentu aktivitas bisnis juga harus disertai dengan strategi bisnis agar perusahaan dapat semakin berkembang. Strategi bisnis yang kerap digunakan pada zaman ini biasanya melalui online, yang memungkinkan mendapatkan *traffic* yang tinggi dari masyarakat. Perkembangan zaman membuat industri semakin berkembang, serta didukungnya kemudahan dalam berkomunikasi dan terhubung melalui media sosial menggunakan internet. PT Polymindo Permata mempunyai beberapa brand, diantaranya *Viroforms*, *Virobuild*, dan *Varyan*. Bahan yang digunakan pun sangat ramah lingkungan, tahan terhadap berbagai jenis cuaca, dan dapat didaur ulang yaitu bahan *HDPE (High Density Polyethylene)*. Bahan tersebut mempunyai fleksibilitas yang tinggi dan tahan lama.



Gambar 1. 1 Data Pengguna Internet Indonesia

NU S A N T A H A  
Sumber : Inet.delik.com

Berdasarkan gambar 1.1 diatas menunjukkan bahwa pengguna internet di Indonesia terus meningkat, hingga mencapai 202,6 juta di Januari 2021 dan juga pengguna aktif disosial media diberbagai platform pun juga bertambah menjadi 170 juta pengguna. Dengan perkembangan internet yang sangat tinggi ini, perusahaan harus dapat memanfaatkan internet dengan sebaik mungkin untuk kemajuan perusahaan. Perusahaan perlu aktif menggunakan media sosial yang paling banyak digunakan, seperti Instagram, tiktok, dan youtube. Peranan *Marketing Communication* dalam pengembangan bisnis menjadi hal yang sangat penting untuk perusahaan mulai dari promosi *online* dan *offline*, aktivitas online, dan *sales promotion*.

*Marketing Communication* adalah proses manajerial disuatu organisasi yang didalamnya terdapat individu dan kelompok dengan memberikan apa yang diinginkan dengan menawarkan dan menciptakan produk yang bernilai kepada masyarakat (Philip Kotler, 1997). *Marketing Communication* adalah aktivitas pemasaran yang mempunyai fungsi untuk mempengaruhi target pasar yang sudah ditentukan agar mereka bersedia membeli produk yang ditawarkan (Tjiptono, 1995). Tujuan *marketing communication* jelas untuk meningkatkan aktivitas pemasaran dan penjualan, dengan memberikan promosi melalui iklan yang menarik akan mendukung perkembangan perusahaan. *Marketing Communication* merupakan salah satu kunci penting untuk kemajuan perusahaan.

## **1.2 Maksud dan Tujuan Magang**

### **1.2.1 Maksud Kerja Magang**

Tujuan dilaksanakannya kerja magang ini adalah persyaratan untuk memenuhi penilaian mata kuliah *Internship* yang menjadi persyaratan dalam kelulusan S1 di Universitas Multimedia Nusantara. Seluruh Mahasiswa wajib untuk menempuh program *Internship* yang dilakukan selama 3 bulan atau 60 hari kerja. Penulis yang akan memasuki dunia kerja yang sesungguhnya harus mempersiapkan diri sebaik-baiknya dan dituntut untuk memiliki pengalaman, wawasan dunia kerja, dan pengetahuan. Melalui praktik kerja magang ini penulis berharap dapat menerapkan konsep teori dan praktik untuk memasuki dunia kerja yang sesungguhnya.

### 1.2.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan dilaksanakannya dari program praktik kerja magang, adalah sebagai berikut:

1. Pengenalan terhadap dunia kerja agar dapat beradaptasi terhadap dunia kerja.
2. Menambah relasi dengan orang lain dibidang professional, baik internal maupun eksternal.
3. Mengembangkan dan mempersiapkan mahasiswa/I untuk menghadapi dunia kerja.
4. Membantu mahasiswa/I dalam mempersiapkan diri untuk memasuki dunia kerja.
5. Mengimplementasikan teori-teori yang sudah penulis dapatkan selama proses perkuliahan.
6. Memperoleh wawasan serta pengembangan skill untuk kebutuhan dunia kerja.

### 1.3 Waktu dan prosedur pekerjaan magang

#### 1.3.1 Waktu Kerja Magang

Penulis melakukan praktik kerja magang selama 3 bulan atau 60 hari kerja. Kegiatan pelaksanaan kerja magang sebagai berikut :

Nama Perusahaan : PT. Polymindo Permata

Periode Kerja Magang : 16 Juni 2021 – 9 Oktober 2021

Hari Kerja : Senin - Jumat

Waktu Kerja : 08.00 – 17.00 WIB

Posisi Magang : Marketing Communication

Alamat : Kawasan Industri Jatake JI Industri Raya II No 8

#### 1.3.2 Prosedur Kerja Magang

Dibawah ini adalah tahapan yang harus diselesaikan Penulis terlebih dahulu sebelum memulai praktik kerja magang hingga tahapan penyelesaian program kerja magang.

- a. Penulis mencari lowongan kerja magang melalui teman.
- b. Penulis mendapatkan informasi dari teman mengenai lowongan kerja magang.
- c. Memberikan *Curriculum Vitae* (CV) ke PT. Polymindo Permata pada tanggal 15 Juni 2021, serta dijelaskan oleh Direktur langsung mengenai brand profile dan posisi kerja yang akan penulis lakukan.
- d. Mendapatkan kabar dari PT. Polymindo Permata pada tanggal 16 Juni 2021 untuk melakukan kerja magang pada tanggal 16 Juni 2021.
- e. Memberikan surat keterangan kerja magang kepada PT. Polymindo Permata yang sudah diterbitkan oleh Universitas Multimedia Nusantara.
- f. Penulis melaksanakan kerja magang selama 60 hari kerja.
- g. Melengkapi formulir dari Universitas Multimedia Nusantara sebagai syarat laporan kerja magang.
- h. Penulis membuat laporan kerja magang terkait kerja magang yang sudah ditempuh selama 60 hari kerja.
- i. Penulis melaksanakan sidang kerja magang sebagai syarat kelulusan untuk memperoleh pendidikan Strata 1 (S1)

#### **1.4 Sistematika Penelitian**

Sistematika dalam penulisan laporan kerja magang ini adalah sebagai berikut:

##### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini, penulis menjelaskan hal-hal mengenai latar belakang pelaksanaan kerja magang, maksud dan tujuan kerja magang, waktu dan prosedur pekerjaan magang, dan sistematika penelitian.

##### **BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

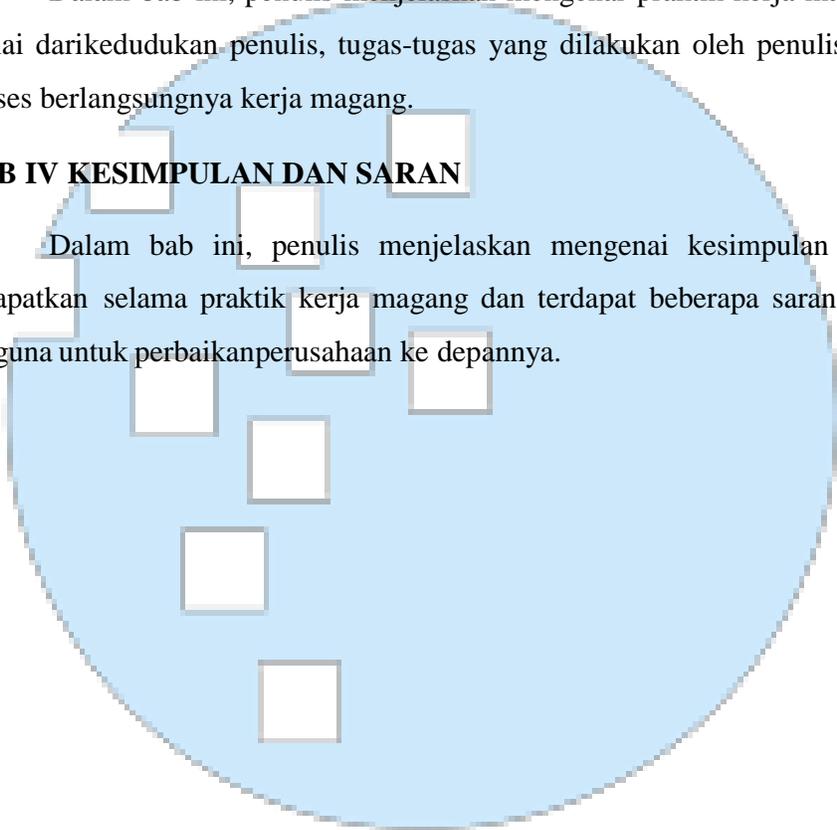
Dalam bab ini, penulis menjelaskan sejarah perusahaan, profil perusahaan, visi dan misi perusahaan, dan struktur organisasi perusahaan tempat penulis bekerja magang.

##### **BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG**

Dalam bab ini, penulis menjelaskan mengenai praktik kerja magang, mulai dari kedudukan penulis, tugas-tugas yang dilakukan oleh penulis, dan proses berlangsungnya kerja magang.

#### **BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN**

Dalam bab ini, penulis menjelaskan mengenai kesimpulan yang didapatkan selama praktik kerja magang dan terdapat beberapa saran yang berguna untuk perbaikan perusahaan ke depannya.



# UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA