

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan jaman pada era baru berdampak terhadap kemajuan teknologi pada bidang komunikasi seperti kemudahan dalam mempergunakan jaringan Internet. Selain hal tersebut, kemajuan teknologi juga memberikan pengaruh yang besar terhadap masyarakat Indonesia dikarenakan segala bentuk aktivitas di masa pandemi COVID-19 dilakukan secara *online*.

Berdasarkan data laporan Nurdian (2022) jumlah pengguna Internet di Indonesia pada tahun 2022 mencapai 204,7 juta pengguna dimana terdapat peningkatan antara tahun 2021 dengan 2022 sebesar 2,1 juta pengguna baru Internet dengan presentase sebesar 1 persen dari total populasi masyarakat Indonesia pada awal Januari 2022 serta jumlah pertumbuhan penetrasi pada Internet pun juga mengalami peningkatan sebesar 73,7 persen. Selanjutnya, rata-rata penggunaan Internet Indonesia dengan durasi delapan menit 36 detik dan presentase sebesar 94,1 persen masyarakat mengakses Internet melalui perangkat *handphone*.

Perkembangan teknologi yang semakin canggih tentunya memberikan dampak tersendiri terhadap beberapa bidang industry seperti kesehatan, pendidikan, bisnis dan lainnya. Selain hal tersebut, menurut Janitra (2021) perkembangan teknologi tentunya memiliki beberapa dampak positif seperti menghadirkan inovasi terbaru bagi para pelajar untuk dapat melakukan kegiatan belajar secara daring, memberikan sarana terbaru dalam bidang kesehatan sehingga terbentuk konsultasi antara pasien dengan dokter secara virtual, sebagian besar pebisnis beralih ke dalam dunia digital karena akses jual beli yang lebih mudah. Tidak hanya dampak positif Janitra (2021) juga menjelaskan dampak negatif yang berasal dari kemajuan teknologi yaitu meningkatnya *cybercrime* dalam dunia maya dan penyebaran informasi hoax yang semakin meningkat sehingga perlunya pengawasan khusus dari pihak berwenang untuk menjaga perkembangan teknologi yang semakin baik.

PT Aplikasi Kota Pintar membuat sebuah aplikasi bernama OneSmile By Sinarmasland dan melihat hal tersebut menjadi suatu peluang bagi mereka untuk membentuk ekosistem digital baru dan meningkatkan produktivitas kerja serta menjadi suatu aplikasi residential yang memberikan akses kemudahan dan inovatif dalam memenuhi kebutuhan khusus warga BSD City.

Sedangkan untuk mencapai tujuan tersebut seorang *marketing communication* memiliki peran yang sangat penting untuk bisa membuat strategi marketing, menciptakan sebuah konten dan *campaign* yang dapat menarik perhatian dan minat pada warga BSD City. Hal ini dilakukan oleh seorang *marketing communication* yang berkolaborasi dengan beberapa divisi yang ada pada perusahaan agar dapat menyelaraskan tujuan perusahaan. Seorang *marketing communication* bertugas untuk mengkomunikasikan dan memberikan informasi mengenai *brand* dan memberikan kesadaran kepada pelanggan potensial mengenai *brand* yang ditawarkan. PT. Aplikasi Kota Pintar sendiri didirikan pada tahun 2021 dibawah naungan Sinarmas group dan Onesmile merupakan layanan berbasis digital yang merupakan sebuah aplikasi yang dirancang secara khusus untuk memberikan kemudahan dalam mengoptimalkan kebutuhan warga BSD City.

Alasan penulis melakukan praktik kerja magang di PT Aplikasi Kota Pintar dikarenakan PT Aplikasi Kota Pintar berada dibawah naungan Sinarmas group. Berdasarkan informasi yang didapatkan dari Sinarmas (2022) Sinarmas group merupakan perusahaan yang bergerak dalam 7 bidang yaitu kertas, agribisnis/pangan, layanan keuangan, pengembang, telekomunikasi, energy/ infrastruktur dan layanan kesehatan. PT Aplikasi Kota Pintar merupakan perusahaan yang muncul pada tahun 2021, dimana hal ini memberikan pengaruh bagi penulis untuk melakukan praktik kerja magang di perusahaan yang tergolong baru dengan harapan lain dapat mengetahui dan mempelajari perusahaan baru serta mendapatkan ilmu lebih pada saat melakukan praktik kerja magang terkait dengan apa yang telah dipelajari selama perkuliahan.

Penulis melakukan praktik kerja magang di PT Aplikasi Kota Pintar sebagai *Marketing communication* dengan *jobdesk* yaitu melakukan *brainstorming* terhadap ide konten yang akan disebarakan melalui beberapa media, membuat

strategi marketing dan *campaign* di setiap bulannya, mengatur media *planning* untuk menentukan media apa yang akan digunakan, menjalankan strategi *direct marketing* yaitu *push notification*, menjalankan *offline activity* seperti menjadi koor lapangan pada saat *campaign* sedang berlangsung dan melakukan handover untuk menjangkau target baru. Beberapa hal diatas merupakan aktivitas yang dijalankan oleh penulis, sehingga hal tersebut dapat memberikan pengalaman baru yang berkesan dan menjadi ilmu dalam menjalankan karir di dunia kerja.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang yang dilakukan oleh penulis adalah syarat pada mata kuliah *Intership* dan tentunya penulis memiliki beberapa tujuan lain, yaitu:

1. Mengetahui lebih dalam peran *marketing communication* di perusahaan dalam membangun awareness.
2. Menerapkan ilmu yang telah di pelajari selama masa perkuliahan ke dalam praktik kerja magang.
3. Meningkatkan *softskill* dalam hal komunikasi, *teamwork* dan *problem solving*.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan kerja magang

Pelaksanaan kerja magang yang dijalankan oleh penulis dilaksanakan dengan kurun waktu 60 hari kerja di PT. Aplikasi Kota Pintar dengan rincian waktu kerja 5 hari dalam seminggu yaitu pada hari Senin sampai Jumat dari pukul 08.30 – 17.30 dan tidak menutup kemungkinan untuk melakukan kerja magang pada hari sabtu dan minggu sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

Pelaksanaan kerja magang yang dilakukan oleh penulis dilaksanakan dengan beberapa pertimbangan yang terdampak oleh pandemi COVID-19 yang mengharuskan perusahaan untuk mengikuti peraturan dari pihak yang berwenang. Penulis melakukan praktik kerja magang secara *Hybrid*, baik *WFH* (*Work From*

Home) maupun *WFO (Work From Office)* yang ditugaskan sesuai kebutuhan perusahaan. Praktik kerja magang penulis dimulai pada tanggal 07 Maret 2022.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1. Mengirimkan Curriculum Vitae (CV) kepada PT. Aplikasi Kota Pintar (OneSmile) melalui job portal linked in.
2. Melakukan Interview dengan user PT. Aplikasi Kota Pintar (OneSmile) secara *online* melalui Google *meet* pada tanggal 08 Februari 2022 dan diberikan informasi penerimaan kerja magang setelah interview dilakukan.
3. Melakukan pengisian data pada kartu magang (KM-01) melalui Google Form yang memiliki tujuan untuk mendapatkan persetujuan Kaprodi dalam melakukan pelaksanaan kerja magang yang nantinya akan dikeluarkan surat pengantar dari universitas kepada pihak perusahaan (KM-02)
4. Surat pengantar yang diberikan oleh pihak universitas akan diberikan kepada pihak perusahaan PT. Aplikasi Kota Pintar (Onesmile) dan melaksanakan praktik kerja magang di hari pertama pada tanggal 07 Maret 2022.
5. Melaksanakan praktik kerja magang selama 60 hari kerja sebagai Marketing communication di PT. Aplikasi Kota Pintar (OneSmile).
6. Membuat laporan pelaksanaan praktik kerja magang di PT. Aplikasi Kota Pintar (OneSmile) sebagai bentuk tanggung jawab terhadap universitas dan PT. Aplikasi Kota Pintar dalam melaksanakan praktik kerja magang serta pembuatan laporan magang yang dimana penulis dibimbing langsung oleh Bapak Heryadi Silvianto.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A