

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Program Magang Kampus Merdeka Track 1 adalah salah satu dari mata kuliah yang wajib untuk diikuti oleh mahasiswa Jurusan Informatika, Fakultas Teknik dan Informatika, Universitas Multimedia Nusantara dengan bobot 20 Satuan Kredit Semester (SKS). Program magang ini diharapkan mampu menambah pengetahuan serta wawasan terkait aktivitas yang terjadi dalam pengembangan penggunaan teknologi, terutama sosial media dalam industri ataupun perusahaan, serta memberikan pengalaman dan ilmu baru yang dapat menyelaraskan teori dan praktik yang telah didapatkan selama mengikuti kegiatan perkuliahan.

Program magang di Universitas Multimedia Nusantara merupakan sarana proses belajar dimana mahasiswa secara langsung dapat menambah wawasan, keterampilan serta pengalaman dalam beradaptasi selama mahasiswa memasuki lingkungan kerja nyata sebelum terjun ke dunia kerja yang sebenarnya. Harapan adanya kegiatan magang adalah memberikan manfaat bagi mahasiswa tersebut serta berkontribusi dengan perusahaan tempat mahasiswa bekerja.

Kegiatan magang yang dilakukan oleh penulis telah dilakukan kurang lebih selama 800 jam kerja atau setara dengan 100 hari (dengan rerata waktu 8 jam kerja setiap harinya) dalam kurun waktu 4 bulan sesuai dengan prosedur waktu kerja yang ditentukan oleh program Kurikulum Universitas Multimedia Nusantara. Pada akhir kegiatan magang, mahasiswa akan memilih topik serta judul magang dari salah satu rangkaian tugas atau pekerjaan yang telah diberikan oleh Supervisi maupun rekan kerja yang bersangkutan.

Melalui uraian tersebut, penulis melaksanakan program magang pada salah satu perusahaan logistik yang berlokasi di daerah Kuningan, Jakarta Selatan, yaitu PT Storesend Elogistics Indonesia atau lebih dikenal sebagai Store Send Indonesia yang bertempat di gedung Satrio Tower - Lt. 24, Kuningan Timur, Jakarta Selatan. PT Storesend Elogistics Indonesia merupakan perusahaan dari naungan PT Dos Ni Roha dengan fokus untuk melakukan manajemen pergudangan dalam optimalisasi pasar digital. Saat ini PT. Storesend Elogistics Indonesia telah bekerjasama dengan beberapa brand besar di Indonesia, serta menaungi dua toko berbasis *Online* pada platform *market* Shopee Indonesia, yaitu: iPanganandotcom sebagai basis

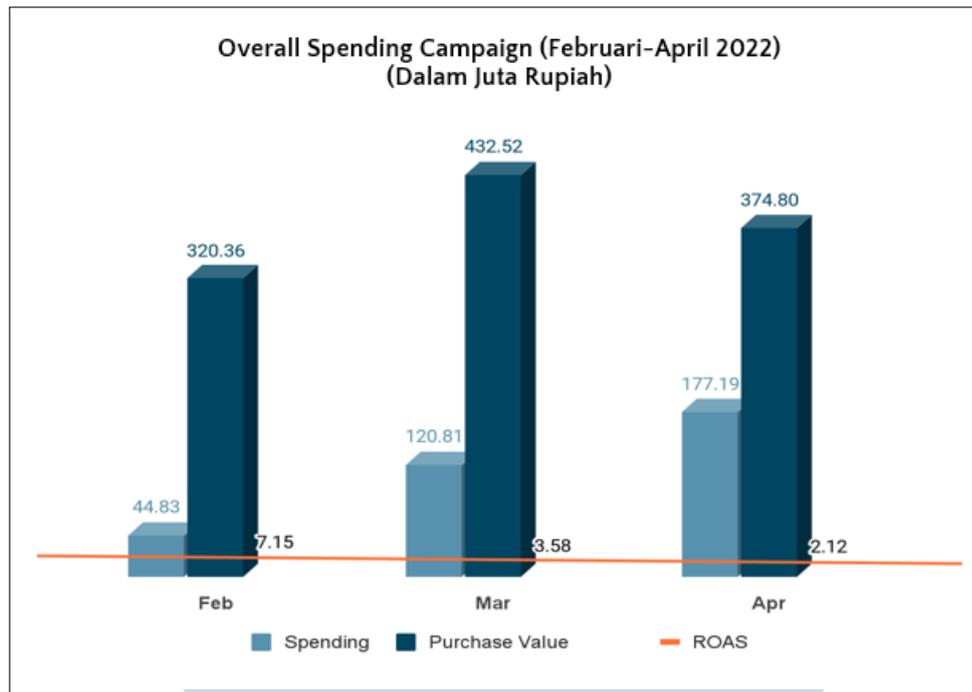
penjualan produk sembako yang bekerja sama dengan Perum BULOG, dan Mode de Seoul yang merupakan toko pakaian mode import dari Korea Selatan.

Dalam program magang tersebut, penulis ditempatkan pada posisi *marketing communication* atau komunikasi pemasaran yang merupakan bagian dari Tim *Marketing Store Send Indonesia*. Tugas dari seorang komunikasi pemasaran adalah bertanggung jawab untuk menjembatani bentuk komunikasi antara perusahaan dengan pelanggan yang dengan bentuk yang bermacam-macam, misalnya: sponsor, hubungan dengan *public relations*, *branding*, *sales presentation*, iklan, dan sebagainya. Penulis sendiri mendapatkan bagian untuk membantu kegiatan komunikasi pemasaran bagi brand iPanganandotcom dan beberapa bagian dari Mode de Seoul.

Menurut Jaiz[1] Iklan diartikan sebagai "Segala bentuk pesan tentang suatu produk yang disampaikan lewat media, ditunjukkan kepada sebagian atau seluruh masyarakat". Pengertian periklanan menurut Saladin[2] adalah "Semua bentuk penyajian yang sifatnya nonpersonal, dan promosi ide-ide, promosi barang-barang atau jasa yang dibayar oleh sponsor". Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong[3], "Segala biaya yang harus dikeluarkan sponsor untuk melakukan presentasi dan promosi nonpribadi dalam bentuk gagasan, barang atau jasa". Oleh sebab itu, periklanan dan iklan dapat disimpulkan sebagai sarana penyampaian pesan suatu produk yang disampaikan dalam bentuk promosi yang dibayar oleh sponsor. Iklan sendiri dapat meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*) diantara masyarakat. Sarana media iklan yang dipakai oleh iPanganandotcom yaitu Instagram ads dan Facebook CPAS (*Collaborative Performance Advertising Solution*).

Kampanye Iklan Facebook CPAS yang telah dilakukan oleh brand iPanganandotcom dalam periode bulan Februari hingga April menghasilkan *overall spending campaign* pada Gambar 1.1

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



Gambar 1.1. *Overall Spending Campaign* periode Februari-Maret 2022
 Sumber: Olahan Penulis, 2022

Spending merupakan pengeluaran yang dikeluarkan untuk melakukan kampanye iklan, sementara *Purchase Value* menunjukkan nilai pembelian yang telah dihasilkan berdasarkan pengeluaran tersebut.

Kampanye iklan yang telah dijalankan selama periode waktu tersebut memiliki perbedaan yang cukup signifikan, dengan pengeluaran yang kurang dari 30% pada bulan Februari menghasikan nilai pembelian yang jauh lebih menguntungkan bila dibandingkan dengan *spending* pada bulan Maret dan April.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk melakukan praktik program magang di PT. Storesend Elogistics Indonesia sebagai bagian dari Marketing Communication. Aktivitas kerja yang berlangsung selama kegiatan magang, berhubungan dengan pengembangan dan optimalisasi komunikasi pemasaran (*Marketing communication*) dalam dunia digital. Oleh karena itu, penulis mengambil judul "Analisis Efektivitas Facebook *Collaborative Performance Advertising Solution* Toko Online iPanganandotcom".

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

1.2.1 Maksud Kerja Magang

Adapun maksud dari kerja magang adalah untuk memberikan pengalaman serta ilmu baru bagi penulis dalam meningkatkan wawasan serta keterampilan kerja.

1.2.2 Tujuan Kerja Magang

Tujuan dalam melakukan kerja magang adalah untuk menganalisis dan memberikan rekomendasi terkait efektivitas iklan Facebook *Collaborative Performance Advertising Solution* pada toko *online* iPanganandotcom.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Berdasarkan tata peraturan program magang yang dikeluarkan oleh Universitas Multimedia Nusantara, lama kegiatan magang mengikuti program Magang Kampus Merdeka Track 1 sebesar minimal 800 jam kerja atau 100 hari kerja (dengan perhitungan waktu 8 jam/hari). Jadwal masuk kerja yang telah ditentukan oleh PT. Storesend Elogistics Indonesia adalah setiap hari Senin hingga Jumat pukul 09.00-18.00 WIB. Berdasarkan waktu pelaksanaan tersebut, penulis melaksanakan kerja magang selama 4 bulan atau sekitar 100 hari kerja, terhitung mulai dari tanggal 30 Januari 2022 sampai dengan 24 Juni 2022. Pada bulan Februari, penulis melakukan kegiatan magang secara *hybrid* mengikuti protokol kesehatan selama masa pandemi. Pada bulan Maret hingga Juni, penulis melakukan kegiatan magang di kantor yang berlokasi di Satrio Tower - Lt. 24 Jl. Prof. DR. Satrio Kav. C4, No.5. RT 007 RW 002 Kec. Setiabudi - Kel. Kuningan Timur. Jakarta Selatan, Indonesia 12950. Selama melaksanakan magang di PT. Storesend Elogistics Indonesia, penulis ditempatkan dalam posisi *Marketing Communication* Store Send Indonesia (iPanganandotcom dan Mode de Seoul).

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1. Penulis mengajukan program kerja magang dengan mengirimkan *Curriculum Vitae* (CV) kepada Manager of Human Resources Department PT. Storesend Elogistics Indonesia.

2. Penulis mendapatkan informasi wawancara oleh perusahaan dimana kegiatan wawancara dilakukan bersama dengan perwakilan HR dan supervisi pada tanggal 09 Desember 2021.
3. Penulis mengisi informasi terkait program magang pada MBKM *Internship Track* pada website merdeka.umn.ac.id.
4. Setelah informasi magang sudah lengkap, penulis memulai kegiatan magang hari pertama pada tanggal 30 Januari 2022 dan berakhir pada tanggal 24 Juni 2022.
5. Tugas dari supervisi yang telah dikerjakan selama masa kegiatan magang kemudian disusun dalam sebuah laporan magang, dimana penulis juga melakukan bimbingan dengan dosen pembimbing dari pihak Universitas Multimedia Nusantara.

1.4 Sistematika Penulisan

Penulisan laporan magang ini disajikan dalam 4 bab yang diuraikan lebih lanjut sebagai berikut:

- Bab 1 PENDAHULUAN

Pendahuluan berisikan terkait latar belakang masalah dilakukannya kegiatan magang, maksud serta tujuan kerja magang dilangsungkan, waktu dan prosedur pelaksanaan kerja magang, serta prosedur pelaksanaan kerja magang.

- Bab 2 GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

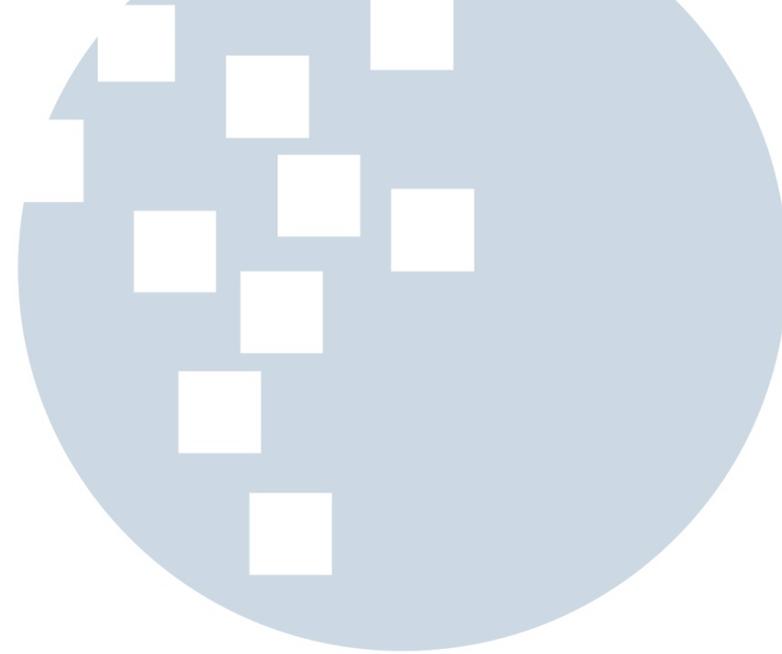
Gambaran umum perusahaan menguraikan sejarah singkat perusahaan, visi dan misi perusahaan, dan struktur organisasi perusahaan yang berkaitan dengan perusahaan tempat penulis melakukan kegiatan magang yaitu PT. Store-send Elogistics Indonesia.

- Bab 3 PELAKSANAAN KERJA MAGANG

Pelaksanaan kerja magang terbagi menjadi beberapa bagian, yaitu: kedudukan dan organisasi penulis dalam perusahaan, tugas yang dilakukan selama melakukan kegiatan magang, serta uraian pelaksanaan magang penulis sebagai bagian dari komunikasi pemasaran.

- Bab 4 SIMPULAN DAN SARAN

Memberikan simpulan serta saran terhadap latar belakang masalah yang telah ditentukan di pendahuluan penulisan laporan berdasarkan kegiatan magang yang telah dilakukan di PT. Storesend Elogistics Indonesia.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA