

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini perusahaan yang menjual jasa atau barang *online* berkembang pesat [1]. Salah satunya karena pengaruh pandemi Covid-19 [1]. Pandemi memaksa orang untuk lebih banyak menggunakan media digital dalam melakukan aktivitas sehari-hari, khususnya dalam transaksi jual beli barang dan jasa [1]. Saat volume transaksi *online* meningkat, tentu saja pemilik bisnis juga berusaha meningkatkan pemasaran produknya secara digital untuk bersaing dengan kompetitor demi menarik minat pelanggan melalui berbagai strategi konten penjualan untuk memaksimalkan pendapatan bisnis. PT Link Net Tbk sebagai pemilik perusahaan dengan produk layanan internet dan TV kabel utamanya yaitu First Media tentunya juga menerapkan strategi pemasaran produk digital terutama dengan memanfaatkan bantuan platform seperti aplikasi dan situs web First Media yang dikelola oleh tim Departemen Digital Marketing.

Beberapa contoh strategi pemasaran yang dilakukan oleh tim Digital Marketing PT Link Net Tbk adalah membuat kampanye produk atau *event* dengan memanfaatkan sebuah *custom page website* dan poster digital. Salah satu komponen yang sering dibutuhkan dalam beberapa media kampanye digital tersebut adalah adanya sebuah *Quick Response Code* atau yang lebih sering didengar dengan sebutan QR Code. QR Code sendiri banyak dibutuhkan untuk memudahkan target pengguna yang dituju oleh tim Digital Marketing untuk mengakses sebuah *link landing page*, *custom page*, atau *form*, dan sebagainya yang telah disiapkan oleh tim Digital Marketing untuk keperluan *event* atau pengenalan dan penjualan produk. Selain secara digital, QR Code sendiri juga dibutuhkan oleh divisi pemasaran untuk media pemasaran fisik seperti contohnya sebuah *banner*.

Pembuatan QR Code sendiri untuk saat ini dilaksanakan oleh tim Experience yang merupakan bagian dari tim Departemen Digital Marketing dengan melakukan *generate* QR Code pada platform web QR Code Generator *online* dan selanjutnya dilakukan proses *editing* manual di platform Figma untuk memperbesar ukuran dan menambahkan logo dari PT Linknet Tbk atau logo First Media sesuai kebutuhan. Pembuatan QR Code dengan *editing* ukuran dan logo secara manual tentunya cukup memakan waktu juga mengganggu pengerjaan *task list* lainnya. Oleh

sebab itu, pembuatan *tools* QR Code Generator dengan fitur penambahan logo dan pembesaran ukuran secara otomatis diperlukan agar dapat mempercepat proses pembuatan QR Code sehingga menghemat waktu pengerjaan.

Seperti yang telah dikatakan sebelumnya, tim Departemen Digital Marketing mengelola asset digital PT Linknet Tbk yaitu salah satunya *website* First Media. *Website* First Media sendiri terdiri dari banyak halaman, seperti *custom page* produk atau iklan untuk kampanye digital dan halaman *support* pengguna First Media. Oleh sebab itu, adanya pengerjaan penambahan fitur merupakan hal yang sering terjadi karena kebutuhan *marketing* yang berubah-ubah salah satunya yaitu pembuatan fitur tampilan *tracking system* keluhan pelanggan dan fitur tampilan *partner* pada halaman *page area*. Fitur tampilan *tracking system* keluhan pelanggan sendiri dibutuhkan supaya pengguna mengetahui sudah sejauh apa proses keluhannya dikerjakan oleh tim teknis First Media, sedangkan fitur tampilan *partner* sendiri ditujukan agar setiap pengguna *website* yang berkunjung ke area *page* kota-kota yang tercakup oleh jaringan First Media di web First Media dapat mengetahui siapa saja *partner* usaha yang bekerja sama dengan First Media di kota tersebut.

Selain pembuatan atau pengembangan fitur atau *tools*, pengujian atau *testing* tampilan dan fungsi dari setiap asset digital adalah hal yang sangat penting untuk dilakukan oleh Departemen Digital Marketing. Tampilan dengan User Interface dan User Experience serta fungsi platform baik aplikasi atau *website* yang baik dapat menjaga pelanggan atau calon pelanggan untuk tetap terhubung dengan layanan First Media. Oleh sebab itu, tim Experience yang tergabung dalam tim Departemen Digital Marketing mengembangkan metode *testing* tampilan dan fungsi secara manual yang secara harian dilaksanakan untuk memastikan layanan platform berjalan baik secara keseluruhan.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Setiap praktik kerja magang atau pelatihan kerja pasti memiliki maksud dan tujuan.

Berikut maksud dari aktivitas kerja magang.

1. Mempraktikkan pengetahuan yang telah diterima dalam masa pembelajaran di prodi Informatika Universitas Multimedia Nusantara.
2. Menambah pengalaman bekerja secara tim.

3. Memperoleh ilmu baru yang berhubungan dengan informatika.

Berikut tujuan dari aktivitas kerja magang.

1. Membuat QR Code Generator.
2. Membuat fitur *front end tracking system* keluhan pelanggan di *website* First Media.
3. Membuat fitur *front end section partner* di *page area website* First Media.
4. Melaksanakan proses *testing* di *website* First Media.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Berdasarkan kontrak kerja magang, praktik kerja magang dimulai pada 3 Agustus 2022 dan berakhir pada 3 Februari 2023. Hari kerja yang ditetapkan oleh penyelenggara magang adalah Senin sampai Jumat. Praktik kerja magang sendiri dilaksanakan secara *Work From Home (WFH)* dan memiliki waktu kerja dimulai dari pukul 08.30 sampai dengan pukul 17.30. Setiap tugas yang diberikan oleh supervisor harus diselesaikan berdasarkan tenggat waktu yang sudah ditentukan. Semua informasi, tugas, dan koordinasi baik dengan rekan satu tim, supervisor, atau tim lain dilaksanakan dengan memanfaatkan media sosial WhatsApp dan media konferensi Google Meet.

