

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1 Logo Perusahaan

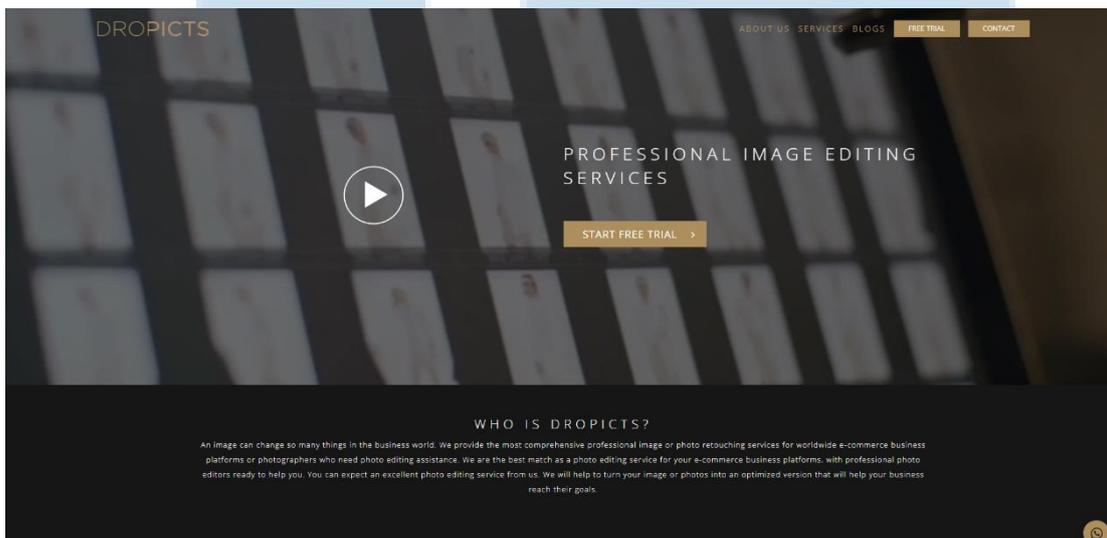
Sumber: Glints, 2023

PT Dropicts Pte. Ltd. dibentuk pada tahun 2015. PT Dropicts Pte. Ltd ini merupakan perusahaan penyedia layanan atau jasa pengeditan gambar untuk platform bisnis *E-Commerce* yang *office* nya terletak di Singapura dan produksi dilakukan di *office* Indonesia. Dropicts menyediakan layanan edit gambar terlengkap bagi mereka yang membutuhkan gambar produk yang lebih baik. Layanan yang dibangun di atas dasar keterampilan yang sangat baik, teknik pengeditan yang tinggi, dan skala operasional yang masif dengan profesionalisme dan disiplin waktu. Dropicts menawarkan solusi pengeditan gambar yang komprehensif yang bertujuan untuk mengurangi biaya produksi, meningkatkan potensi penjualan, dan meningkatkan hasil bisnis secara keseluruhan.

Dropicts merupakan solusi bagi perusahaan *e-commerce*, penjual online, dan fotografer yang bekerja di lingkungan *e-commerce* di seluruh dunia yang membutuhkan bantuan untuk meningkatkan gambar produk yang mereka tawarkan. Layanan Dropicts merupakan solusi bagi para perusahaan

e-commerce karena akan memangkas biaya produksi perusahaan tersebut hingga 60% dengan sumber daya yang dimiliki Dropicts mampu mengikuti jumlah besar yang dibutuhkan. Tidak hanya memberikan pelayanan di perusahaan *e-commerce* saja Dropicts juga melayani agensi fotografi *e-commerce* yang membutuhkan bantuan pengeditan gambar.

Berikut tampilan dari website PT. Dropicts Pte. Ltd.:



Gambar 2.2 Website PT. Dropicts Pte. Ltd.

Sumber: <https://www.dropicts.com/>

Pada tahun 2023 ini, Dropicts telah memiliki 171 klien yang aktif dari beberapa *e-commerce* dari seluruh dunia yang dimana klien terbanyak berasal dari United States of America serta negara-negara di Eropa. Klien-klien ini sudah memiliki kepercayaan kepada layanan yang Dropicts berikan karena hasil kerja yang dilakukan hanya membutuhkan waktu 24 jam sebanyak apapun foto yang dikirimkan oleh klien sehingga para klien sudah mempercayai kualitas serta kecepatan dari layanan perusahaan ini.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.2 Profile Perusahaan

2.2.1. Lokasi Perusahaan



Gambar 2.3 Kantor Dropicts

Sumber: Data Pribadi Penulis

PT. Dropicts Pte. Ltd berlokasi di Jl. Panjang Cidodol No.3 RT/RW 016/009 Cipulir, Kec. Kebayoran Lama, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12230. Untuk kantor yang berada di Singapura berlokasi di Unit 15-01, Valley Point Office Tower, 491B River Valley Rd, Singapore 248373.

2.2.2. Visi PT. Dropicts Pte. Ltd.

Visi yang dimiliki oleh PT. Dropicts Pte. Ltd adalah memberikan solusi untuk perusahaan *e-Commerce* di seluruh dunia yang membutuhkan bantuan untuk meningkatkan gambar produk mereka.

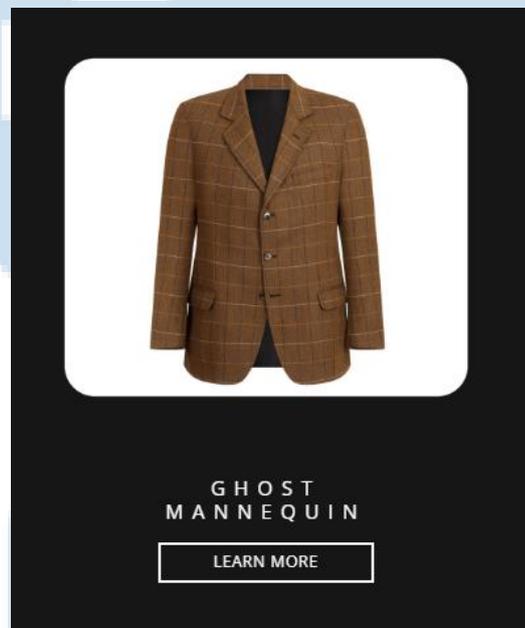
2.2.3. Misi PT. Dropicts Pte. Ltd.

Misi dari PT. Dropicts Pte. Ltd adalah menyediakan layanan pengeditan gambar yang paling komprehensif untuk platform bisnis *E-commerce* dengan kecepatan hasil kerja (*fast turnaround time*) di seluruh dunia serta dapat mengurangi biaya produksi perusahaan, meningkatkan potensi penjualan, dan meningkatkan hasil bisnis secara keseluruhan.

2.2.4. Jasa Yang Ditawarkan

Berikut merupakan beberapa jasa yang ditawarkan oleh PT. Dropicts Pte. Ltd:

1. *Ghost Mannequin Service*



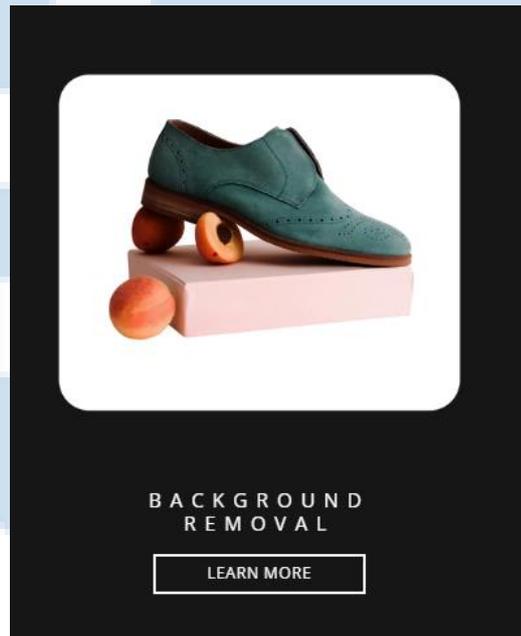
Gambar 2.4 *Ghost Mannequin*

Sumber: <https://www.dropicts.com/>

Ghost mannequin merupakan jasa pertama yang ditawarkan oleh Dropicts. Jasa ini merupakan *neck joint effect* atau patung yang biasanya digunakan di industri *fashion* dari beberapa *brand* pakaian atau *retailers* untuk menciptakan foto produk pakaian seperti digunakan oleh seseorang yang tidak kelihatan serta layanan ini memberikan efek gambar 3 Dimensi sehingga membuat produk terlihat sedang dikenakan secara nyata. Jasa ini sangat berguna untuk

produk seperti jaket, blazers, kaos, *dress*, kaos lengan panjang, dan pakaian lainnya. Kebanyakan *brand* menggunakan foto produk *ghost mannequin* ini untuk menjaga kualitas serta konsistensi dari produk mereka.

2. *Background Removal Service*



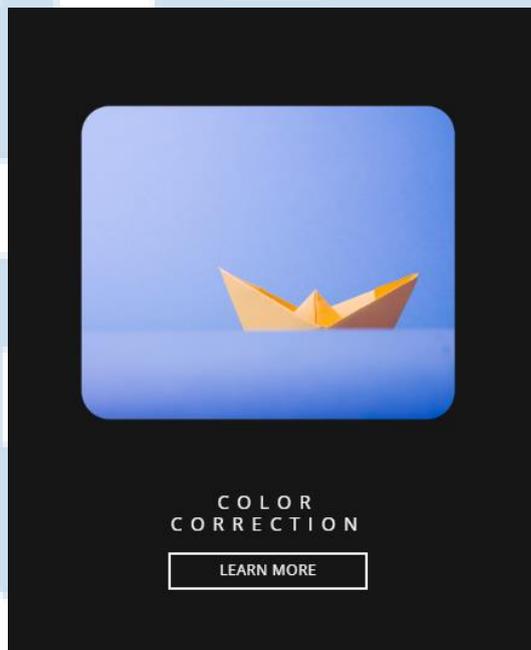
Gambar 2.5 *Background Removal*

Sumber: <https://www.dropicts.com/>

Background removal service merupakan layanan yang kedua dari perusahaan Dropicts. Layanan ini merupakan jasa penghilang latar belakang suatu foto produk yang membuat hasil foto lebih bersih dan memberikan esensi yang *simple*. Jasa ini biasa digunakan untuk memperkuat foto produk agar lebih terlihat detail di *e-commerce*. Layanan ini biasa memberikan latar berwarna putih atau sesuai dengan keinginan *e-commerce* karena banyak platform pasar online sekarang mengharuskan foto produk memiliki latar belakang berwarna putih sehingga layanan ini diberikan oleh Dropicts. Layanan ini menghapus latar belakang yang mengganggu, walaupun bisa menghapus latar belakang dengan sendiri menggunakan aplikasi edit yang ada tetapi menghapus latar belakang merupakan proses yang

membosankan dan memakan waktu serta harus memiliki skill yang spesifik, presisi, dan waktu maka layanan yang satu ini disediakan oleh Dropicts sebagai jasa yang paling banyak digunakan.

3. *Color Correction Service*

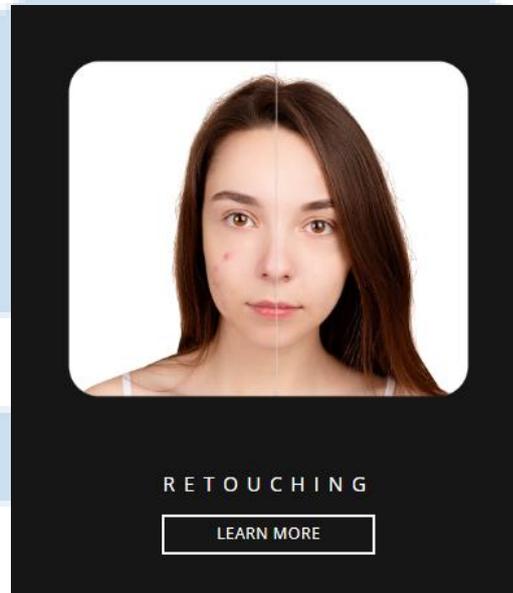


Gambar 2.6 *Color Correction*

Sumber: <https://www.dropicts.com/>

Layanan yang diberikan ketiga adalah *Color Correction Service* atau koreksi warna. Warna produk merupakan hal yang penting jika membicarakan foto produk di *e-commerce*. Semua orang tidak ingin warna foto produknya tidak sesuai dengan yang aslinya sehingga layanan ini dibutuhkan jika terdapat warna yang tidak sesuai di foto akibat kendala yang terjadi saat proses pemotretan foto produk seperti settingan yang salah pada kamera atau pencahayaan yang kurang sehingga warna produk tidak keluar dari yang seharusnya. Layanan ini akan memberikan tone warna 1 banding 1 sesuai dengan produk aslinya.

4. *Retouching Service*

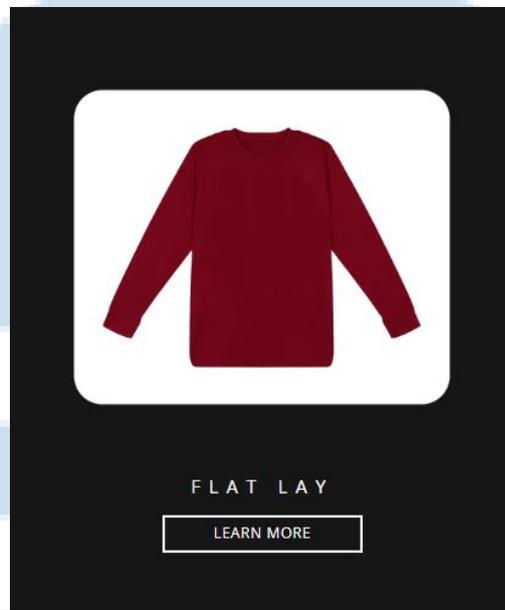


Gambar 2.7 *Retouching Service*

Sumber: <https://www.dropicts.com/>

Layanan yang keempat adalah *retouching service* untuk menyempurnakan suatu foto. Sebuah perusahaan tidak ingin memiliki foto produk yang tidak sempurna apalagi jika menjualnya secara online. Ketidaksempurnaan kecil akan merusak tampilan gambar seperti kerutan baju, rambut yang berterbangan atau adanya jerawat di wajah model. Retouching merupakan hal penting setelah memotret sebuah gambar. Kegiatan pasca produksi pada layanan retouching akan dapat membantu foto terlihat lebih menarik dengan adanya perbaikan seperti pemangkas gambar, komposisi, kontras, penyesuaian kecerahan, pengurangan *noise*, koreksi detail, dan lain-lain. Ketidaksempurnaan dalam foto produk dapat dibantu oleh Dropicts karena memiliki teknik retouch terbaik dan dapat menyesuaikan dengan standar tertentu. Dengan adanya layanan ini foto produk akan terlihat lebih menarik dan pelanggan akan lebih cenderung mempercayai perusahaan tersebut dengan gambar produk yang ada.

5. *Flat Lay Service*



Gambar 2.8 Flat Lay

Sumber: <https://www.dropicts.com/>

Layanan yang kelima merupakan *Flat Lay* yang merupakan layanan untuk memberikan penekanan perhatian kepada suatu produk serta bagaimana produk tersebut dapat menyampaikan pesan brand melalui kesederhanaan produk. Jenis layanan ini telah menjadi pilihan para fotografi pakaian di media sosial kreatif, majalah, *lookbook*, atau konten katalog yang dimana tidak diperlukannya model sehingga layanan ini adalah cara terbaik untuk menyampaikan pesan dari *brand* kepada para pelanggan potensial. *Flat Lay* ini memberikan kesan seperti “*the bird’s eye perspective*” atau perspektif dari mata burung yang merupakan salah satu perspektif yang paling populer dalam fotografi produk. Dengan layanan ini Dropicts mengisolasi subjek foto dan menghapus objek yang tidak diperlukan pada gambar hingga bersih yang dimana hasilnya akan memberikan tampilan mata burung yang terfokus sehingga foto produk memiliki tampilan yang sederhana dan rapi.

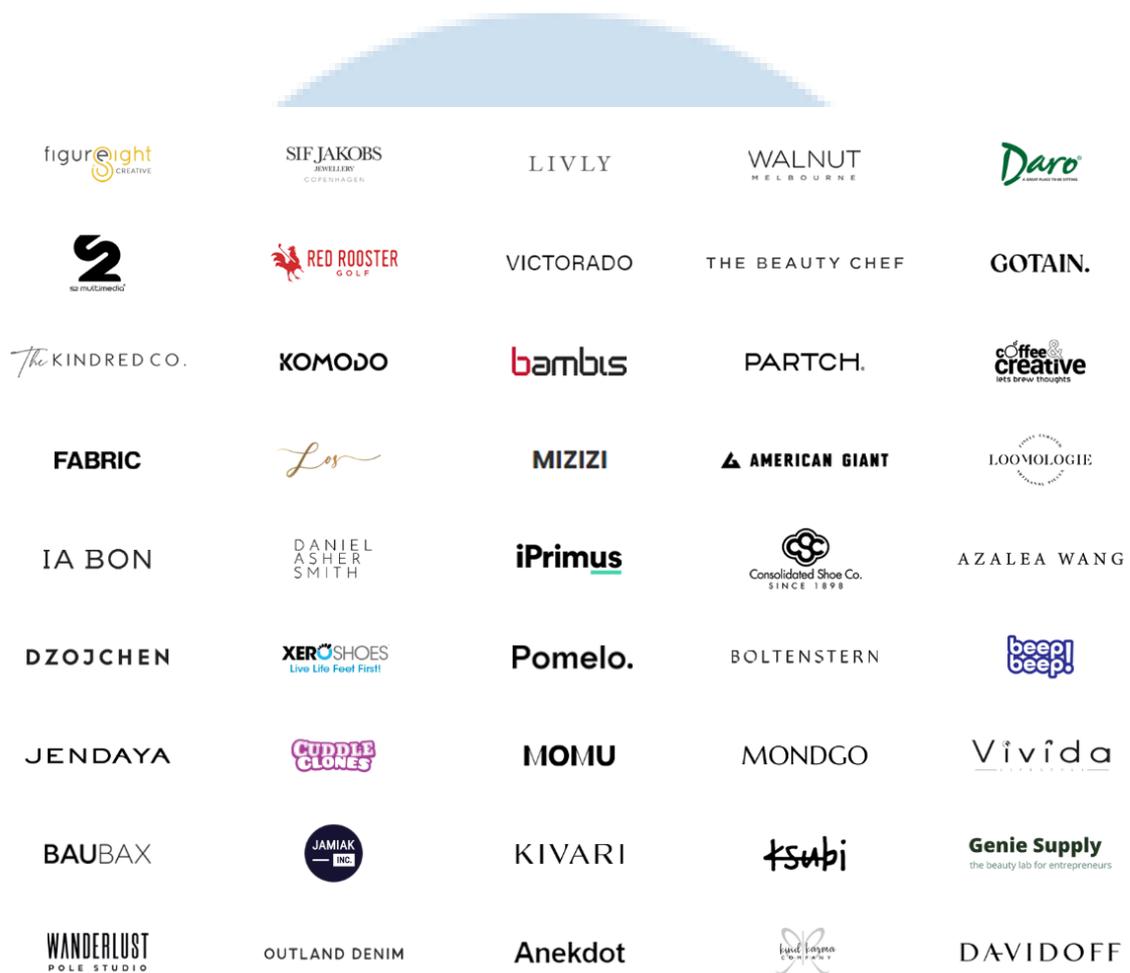
Cara kerja PT. Dropicts Pte. Ltd yang pertama sebelum memulai proyek atau mengedit sebuah gambar calon pelanggan, perusahaan membutuhkan panduan dari klien tersebut seperti spesifikasi gambar, predoman atau referensi pengeditan, dan aspek lain yang diperlukan nantinya sesuai kebutuhan klien karena perusahaan ini fleksibel dalam pengeditan gambar yang klien mau. Cara ini dilakukan agar tetap menjaga kualitas layanan pengeditan foto di semua gambar yang akan diedit.

Tahap kedua adalah tahap proses dan pengembangan gambar klien sesuai dengan panduan yang diinginkan oleh klien. Perusahaan ini menerapkan metode kerja yang mulus dengan teknologi canggih agar proses pengerjaan sangat efisien dan memiliki kualitas yang terbaik.

Tahap ketiga adalah tahap jaminan kualitas yang dimana setelah proses pengeditan gambar selesai PT. Dropicts Pte. Ltd akan memberikan jaminan kualitas. Jika terjadi kesalahan dalam proses pengeditan dari pihak Dropicts maka akan diperbaiki secara gratis. Hal ini dilakukan oleh *Project Manager* yang bertanggung jawab atas proyek tertentu agar dapat memastikan hasil yang diberikan pada gambar yang diinginkan klien memiliki kualitas yang tinggi dan klien puas akan layanan PT. Dropicts Pte. Ltd.

Perusahaan ini juga memberikan layanan jasa gratis untuk beberapa foto yang ingin klien edit untuk memberitahu hasil kerja perusahaan Dropicts terlebih dahulu. Ketika klien ingin layanan edit foto yang lebih banyak maka ada paket tertentu yang disediakan oleh perusahaan ini. Perusahaan ini juga memberikan harga spesial ketika ada klien yang menginginkan layanan edit foto dalam jumlah yang besar.

Selain dengan proses pelayanannya, PT. Dropicts Pte. Ltd memberikan kepercayaan kepada calon kliennya dengan memperlihatkan informasi mengenai brand-brand yang secara aktif bekerjasama dengan perusahaan ini. Berikut adalah klien-klien aktif yang percaya akan layanan PT. Dropicts Pte. Ltd:



Gambar 2.9 Klien Aktif (1)

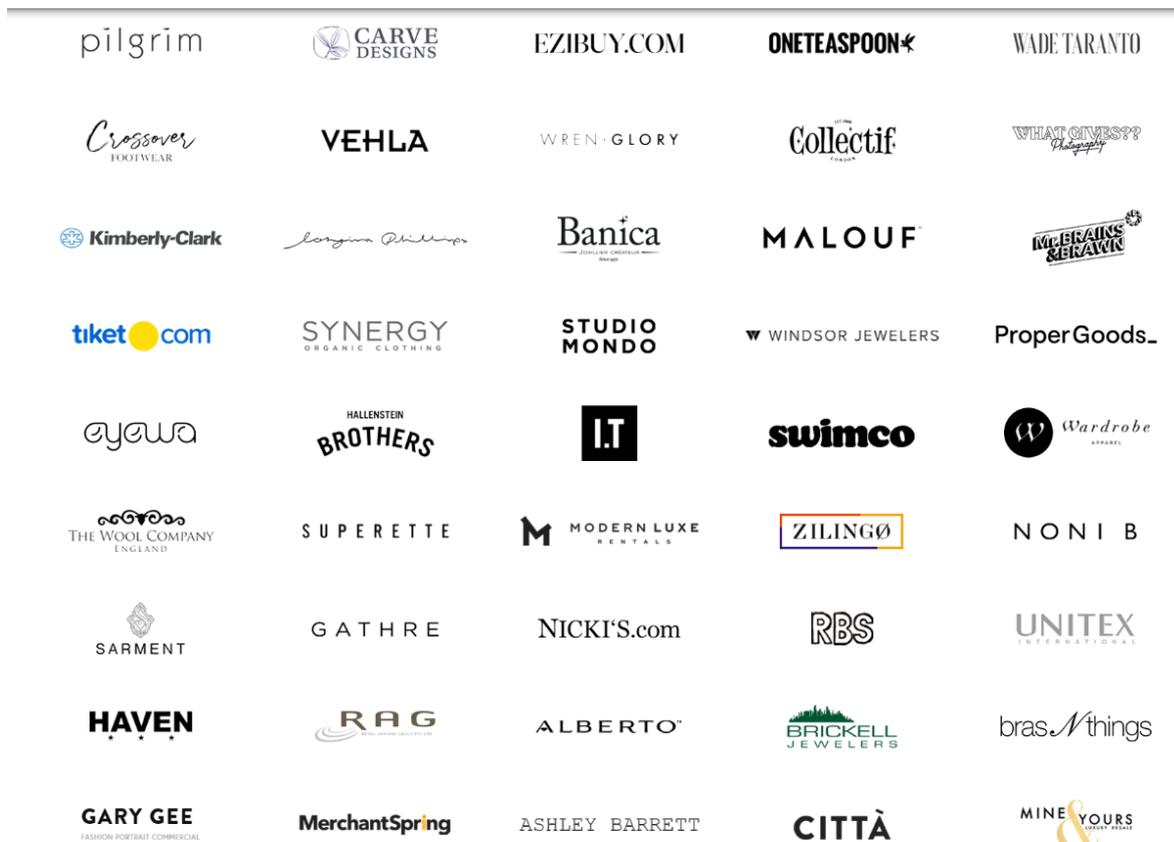
Sumber: <https://www.dropicts.com/>

U M N

UNIVERSITAS

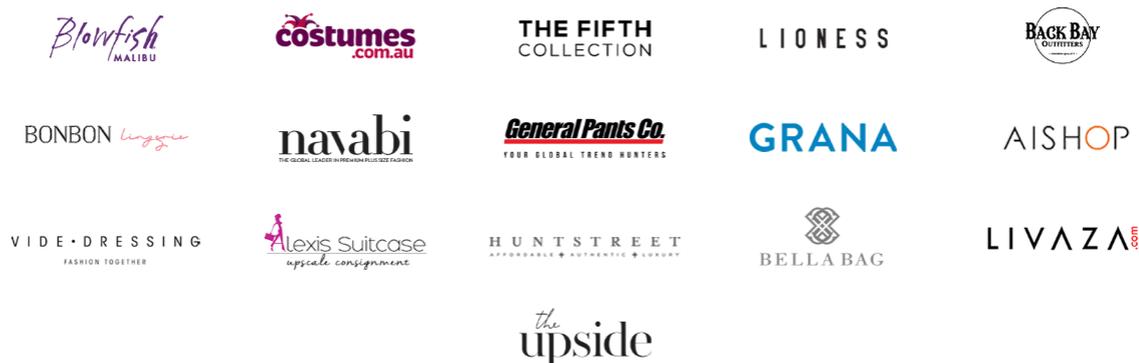
MULTIMEDIA

NUSANTARA



Gambar 2.10 Klien Aktif (2)

Sumber: <https://www.dropicts.com/>

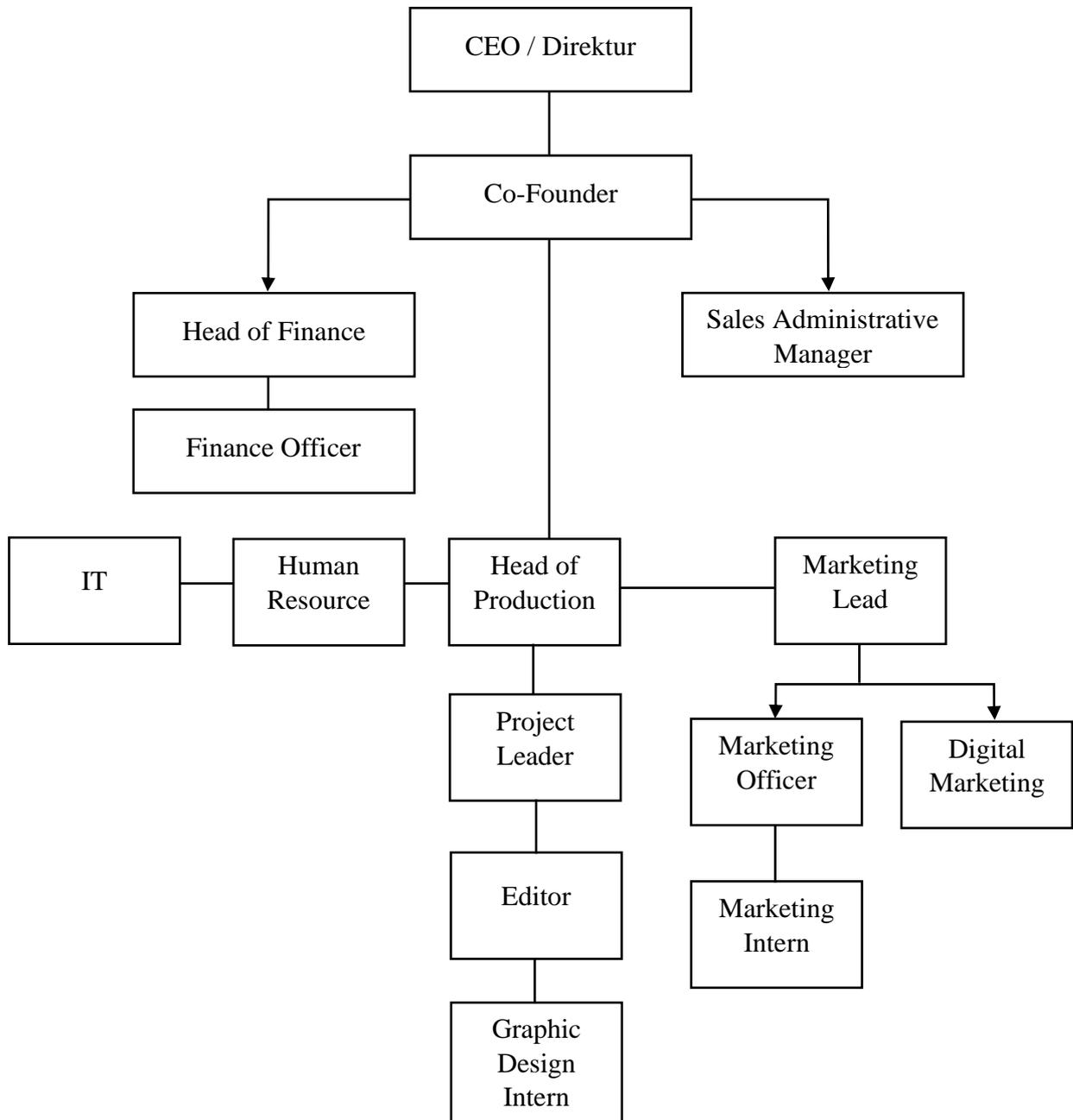


Gambar 2.11 Klien Aktif (3)

Sumber: <https://www.dropicts.com/>

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

2.2.5. Struktur Organisasi Perusahaan



Gambar 2.12 Struktur Organisasi PT. Dropicts Pte. Ltd.

Sumber: Data pribadi penulis

Berdasarkan struktur organisasi PT. Dropicts Pte. Ltd, pemegang jabatan tertinggi adalah CEO / Direktur yaitu Nicodemus Danang yang bertanggung jawab secara langsung dalam pengambilan keputusan dan kegiatan perusahaan. Dibawah CEO / Direktur terdapat Co-Founder yaitu Bintang Auralia yang juga sekaligus CEO dari Dropicts. Berikut beberapa penjelasan untuk bagian pada struktur organisasi sebagai berikut:

1. *Head of Finance*

Dalam menjalankan kedudukannya, disini *Head Finance* memastikan seluruh performa dari keuangan perusahaan, melakukan implementasi strategi keuangan yang baik serta melakukan inovasi terhadap keuangan perusahaan. Di bawah *Head of Finance* terdapat *finance officer* yang memiliki tanggung jawab untuk membuat laporan dan memastikan yang berkepentingan menerima laporan keuangan tepat waktu serta membantu pekerjaan administratif lainnya sesuai dengan bagiannya.

2. *Sales Administrative Manager*

Untuk posisi *Sales Administrative Manager* disini bertugas untuk meliputi pengelolaan dan koordinasi kegiatan administrasi yang mendukung tim penjualan untuk mencapai tujuan penjualan perusahaan serta mengarahkan distribusi produk atau pergerakan layanan kepada pelanggan serta mengoordinasikan distribusi layanan dengan menganalisis wilayah penjualan dan menganalisis statistik penjualan layanan. Selain itu membantu membuat rencana penjualan dan bekerja sama dengan tim penjualan untuk membantu mengembangkan rencana penjualan dan memastikan sasaran penjualan ditetapkan dengan jelas. Selain itu posisi ini membantu dalam menjaga hubungan yang erat dengan pelanggan melalui komunikasi yang baik.

3. *Information and Technology*

Untuk posisi *Information and Technology* ini bertanggungjawab untuk mengelola sistem operasi, server, dan database perusahaan. Ini termasuk instalasi, konfigurasi, pemantauan dan pemeliharaan sistem pendukung bisnis serta membuat dan mengelola basis data, membangun jaringan komunikasi perusahaan, menjaga data dan informasi, membantu karyawan memecahkan masalah komputer atau perangkat seluler, atau melakukan berbagai pekerjaan lain untuk memastikan bahwa sistem informasi perusahaan bekerja dengan baik dan aman.

4. *Human Resource*

Untuk posisi *Human Resource* ini bertanggung jawab untuk mengelola SDM (Sumber Daya Manusia) seperti siklus hidup karyawan yaitu, menemukan, menarik, dan merekrut karyawan potensial sesuai dengan kebutuhan organisasi. Ini termasuk menulis iklan pekerjaan, meninjau *resume*, melakukan wawancara, dan memilih kandidat terbaik untuk posisi yang tersedia, melakukan orientasi karyawan, merencanakan dan mengatur program pelatihan dan pengembangan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan karyawan., melakukan pemberhentian karyawan, merancang dan mengelola program kompensasi dan tunjangan karyawan, termasuk gaji, insentif, asuransi, tunjangan, dan rencana pensiun.

5. *Head of Production*

Untuk posisi *Head of Production* bertanggung jawab untuk mengarahkan dan mengendalikan semua aspek produksi di perusahaan. Tugas tersebut meliputi koordinasi, perencanaan dan pengendalian proses agar produksi berjalan dengan lancar, efisien dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan seperti mengawasi pelaksanaan proses produksi atau *editing*, mulai dari awal sebelum

editing sampai proses editing selesai serta mengawasi agar kualitas *editing* yang diberikan sesuai dengan standar perusahaan.

Dibawah *Head of Production* terdapat *Project Leader* yang mengelola dan mengawasi pelaksanaan proyek dari awal sampai akhir. Kepala proyek bertanggung jawab untuk memastikan bahwa proyek selesai tepat waktu dan tujuan yang ditetapkan tercapai dalam hal ini yaitu, turun mengawasi proyek-proyek yang sedang dilakukan oleh para *editor*. Dibawah editor terdapat *Intern* dari *Graphic Designer* yang menjalankan tugas *editing* sesuai layanan yang diinginkan.

6. *Marketing Lead*

Untuk posisi *Marketing Lead* bertanggung jawab untuk mengelola strategi pemasaran dan kegiatan pemasaran dalam organisasi. Kepala Pemasaran bertanggung jawab untuk mengembangkan dan menerapkan rencana pemasaran yang efektif untuk mencapai tujuan bisnis perusahaan. *Marketing lead* diperlukan untuk membuat dan mengelola rencana pemasaran. *Marketing Lead* di PT. Dropicts Pte. Ltd ini adalah Adhi Satria yang merupakan supervisor penulis saat melakukan Marketing Internship. Di bawah marketing lead terdapat *Marketing officer* yang merupakan *PIC* penulis dalam melakukan praktik magang yaitu Kak Serra. Untuk pekerjaan *Marketing Officer* dengan Marketing Intern tidak terlalu berbeda yaitu mencari Brand serta *E-mail PIC* untuk calon klien yang baru di seluruh dunia.

2.3 Tinjauan Pustaka

2.3.1. *Marketing*

Marketing merupakan salah satu kegiatan wajib dilakukan dalam sebuah perusahaan untuk meningkatkan kegiatan bisnis dan meningkatkan keuntungan. Menurut Philip Kotler (2016) *marketing* adalah kegiatan manusia yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan suatu hal melalui proses pertukaran. Selain itu *marketing* atau pemasaran menurut *American Marketing Association* (AMA) adalah suatu proses perencanaan serta pelaksanaan sebuah konsepsi, penetapan harga, promosi, dan distribusi suatu ide, barang, serta layanan untuk menciptakan adanya pertukaran yang saling menguntungkan kedua pihak individu ataupun organisasi.

Adapun dari penjelasan mengenai *marketing* menurut William J. Stanton, Michael J. Etzel, dan Bruce J. Walker (2017) menuliskan bahwa pemasaran adalah kegiatan dari suatu individu dan organisasi yang menciptakan, mengalirkan, mempertukarkan penawaran yang memiliki nilai bagi konsumennya, mitra bisnis, dan masyarakat secara umum. Menurutnya dengan adanya pemasaran dapat memberikan nilai bagi yang mendapatkannya sehingga terjadinya timbal balik.

Pemasaran juga berkaitan dengan detail bauran pemasaran atau yang sering disebut dengan 4P menurut Kotler & Armstrong (2008) 4P adalah sebagai berikut:

1) Produk

Produk adalah segala sesuatu yang dijual di pasar untuk pembayaran, pembelian, penggunaan, atau konsumsi dan dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan seseorang. Produk dapat mencakup barang fisik, jasa, orang, lokasi, organisasi, dan ide. Produk adalah komponen pertama dan terpenting dari bauran pemasaran.

2) *Price / Harga*

Harga barang atau jasa didasarkan pada permintaan pasar. Nilai barang atau jasa dapat diukur dalam jumlah uang tertentu dan berdasarkan nilai ini, seseorang atau perusahaan bersedia memberikan barang atau jasa tersebut kepada orang lain. Harga dapat mempengaruhi persaingan bisnis.

3) *Place / Tempat*

Tempat tidak hanya berarti lokasi perusahaan, tetapi juga mencakup saluran pemasaran, pengumpulan dan pengaturan tempat, pengiriman dan transportasi. Dalam industri jasa, arti lokasi berarti lokasi dan distribusi, yang memungkinkan pelanggan menerima layanan perusahaan dengan nyaman. Keputusan lokasi dan saluran distribusi mencakup pertimbangan tentang bagaimana produk akan dikirimkan ke pelanggan dan di mana produk akan ditempatkan. Kegiatan yang termasuk dalam kampanye antara lain adalah *advertising, sales promotion, personal selling* dan *advertising*.

4) Promosi

Promosi atau biasa dikatakan periklanan mencerminkan kegiatan yang mengkomunikasikan keunggulan suatu produk dan membujuk konsumen untuk melakukan pembelian. Oleh karena itu iklan ini digunakan untuk mengusulkan dan mempengaruhi pasar untuk produk perusahaan.

Jadi dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan suatu perencanaan sebuah kegiatan yang memiliki proses untuk menyampaikan nilai 4P kepada konsumen, organisasi, Klein, ataupun masyarakat secara umum sehingga dapat membangun hubungan

dengan konsumen serta memberikan keuntungan bagi suatu perusahaan.

2.3.2. *Digital Marketing*

Digital Marketing juga merupakan hal yang penting dalam proses pemasaran dalam sebuah perusahaan. Menurut Ryan Deiss dan Russ Henneberry (2017) *digital marketing* merupakan proses untuk memasarkan suatu produk serta jasa menggunakan teknologi digital, media digital, dan saluran digital untuk mencapai tujuan suatu bisnis tertentu. Selain itu menurut Damian Ryan dan Calvin Jones (2017) *digital marketing* adalah suatu proses pemasaran yang memanfaatkan media digital, seperti internet, ponsel, dan platform digital untuk melakukan interaksi dengan konsumen atau pelanggan, menciptakan sebuah kesadaran, mempromosikan produk, dan mencapai tujuan bisnis.

Digital marketing penting di kehidupan saat ini karena semua peralatan di zaman sekarang telah menggunakan koneksi dari internet sehingga semua orang dengan mudahnya dapat memperluas pencarian mereka serta melakukan promosi dengan skala yang besar. Menurut Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, dan Iwan Setiawan (2016) *digital marketing* merupakan pemasaran yang mengintegrasikan teknologi digital dengan konsep pemasaran yang tradisional yang telah berfokus pada penyebaran nilai pemasaran melalui berbagai saluran digital untuk mencapai keuntungan bagi bisnis yang lebih baik. Dengan adanya pemasaran melalui platform digital banyak orang dapat mengenali merek yang baru dan memberikan kesadaran sehingga pemasaran ini sangat penting. Menurut Eric Greenberg dan Alexander Kates (2016) *digital marketing* merupakan penggunaan media digital untuk mencapai tujuan pemasaran yang ingin dituju, termasuk menciptakan kesadaran konsumen dari sebuah merek, membangun relasi dengan pelanggan, dan pastinya meningkatkan keuntungan.

Apabila dilihat dari definisi menurut para ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa *digital marketing* adalah suatu proses pemasaran untuk menyampaikan nilai serta tujuan yang diinginkan oleh suatu perusahaan atau merek dengan menggunakan kekuatan digital karena kemudahan untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

2.3.3. Direct Marketing

Menurut Patrick Forsyth (2012) dalam bukunya tertulis bahwa *direct marketing* adalah penggunaan suatu media untuk mengkomunikasikan sebuah penawaran langsung kepada individu atau organisasi tertentu dengan harapan mendapatkan respon positif terhadap penawaran tersebut. Selain itu menurut Drayton Bird (2016) dalam bukunya tertulis juga penjelasan mengenai *direct marketing* yaitu cara mendekati konsumen dengan mengirim sebuah pesan yang relevan serta menawarkan produk ataupun layanan kepada mereka melalui media yang ada seperti surat langsung, telepon, *e-mail*, atau media online. Selain itu menurut James B. Wiley (2016) mendefinisikan *direct marketing* merupakan suatu pendekatan pemasaran yang menggunakan komunikasi langsung dengan pelanggan agar dapat menghasilkan penjualan serta membangun hubungan jangka panjang dengan suatu bisnis.

Terdapat manfaat penggunaan *Direct Marketing* yaitu memungkinkan penargetan yang lebih efektif terhadap kelompok pelanggan yang relevan. Dengan menggunakan data demografis, perilaku, atau preferensi pelanggan (Kotler dan Armstrong 2021).

Dapat disimpulkan dari beberapa penjelasan diatas bahwa *direct marketing* merupakan pemasaran yang dilakukan dengan cara mengirimkan pendekatan melalui berbagai media yang tersedia kepada pelanggan agar dapat menghasilkan penjualan serta membangun hubungan jangka panjang.

2.3.4. E-Mail

Teknologi internet menawarkan banyak fasilitas dan layanan untuk berkomunikasi. Dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi khususnya di dunia internet memungkinkan seseorang untuk mengirim pesan surat tanpa barang fisik surat yaitu *email*. Menurut Sandrina Wijaya (2009:123) *Electronic Mail* atau yang lebih dikenal dengan *e-mail* merupakan bentuk surat menyurat terbaru yang memanfaatkan perkembangan teknologi terkini

Menurut David M. Levine dan David F. Stephan (2019) dalam bukunya tertulis pengertian *e-mail* adalah suatu metode komunikasi elektronik yang memungkinkan penggunanya mengirimkan pesan dalam bentuk apapun (teks, lampiran, atau file) ke alamat tujuan yang diinginkan melalui jaringan internet. Selain itu menurut Sara Radicati (2013) defini *e-mail* adalah sebuah metode komunikasi elektronik yang memungkinkan pengguna mengirim dan menerima pesan melalui jaringan komputer. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa *e-mail* merupakan suatu metode komunikasi yang digunakan untuk mengirim pesan atau menerima pesan dalam bentuk teks, lampiran, ataupun *file* melalui jaringan internet di jaringan komputer.

