

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di era saat ini, di mana persaingan bisnis sangat ketat di seluruh sektor industri, peran divisi marketing telah menjadi krusial dan menjadi faktor penentu utama keberhasilan sebuah bisnis atau perusahaan dalam bersaing di pasarannya. Sebagai latar belakang, saat ini, bisnis dan perusahaan harus berkompetisi dalam lingkungan yang terus berubah dengan cepat, terutama di tengah perkembangan teknologi, tren konsumen yang dinamis, dan globalisasi. Divisi marketing memiliki peran utama dalam mengidentifikasi peluang pasar, memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan, dan menciptakan strategi pemasaran yang efektif untuk mempromosikan produk atau layanan perusahaan. Divisi ini juga bertugas untuk membangun merek dan citra perusahaan, serta menjalankan berbagai kampanye pemasaran yang bertujuan untuk memenangkan dan mempertahankan pangsa pasar.

Seiring dengan kemajuan teknologi dan perubahan perilaku konsumen, marketing menjadi semakin kompleks. Ini termasuk perluasan ke dalam pemasaran digital, media sosial, analisis data, dan penggunaan teknologi baru untuk mencapai audiens yang lebih luas. Keharusan untuk memiliki divisi marketing yang kuat dan berkinerja baik menjadi semakin penting, karena perusahaan perlu beradaptasi dengan perubahan pasar, memahami pesaing, dan menjalankan strategi yang efektif untuk memastikan pertumbuhan bisnis. Divisi marketing yang baik dapat memberikan nilai tambah yang signifikan bagi perusahaan dalam meraih kesuksesan dan mencapai tujuan bisnis mereka.

Merujuk dari Kotler dan Keller (2012), marketing atau pemasaran merupakan media yang digunakan perusahaan dalam memberikan informasi, membujuk, dan mengingatkan konsumen mengenai merek dan produk yang dijual. Marketing sendiri merupakan sebuah komunikasi pemasaran yang

sudah sering di dengar pada zaman sekarang oleh seluruh kalangan masyarakat dan kata ini bukanlah sebuah kata yang asing untuk di dengar. Istilah marketing sendiri itu mengacu kepada sebuah strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai target pasar mereka dengan berbagai bentuk atau berbagai jenis cara sesuai dengan kebutuhan perusahaan atau bisnis tersebut. Media atau alat yang biasa digunakan dalam marketing ini bisa meliputi pemasaran secara langsung kepada masyarakat atau target pasar yang ingin dituju, iklan, branding dari perusahaan atau bisnis tersebut, dan media lainnya yang bisa digunakan sesuai dengan kebutuhan yang dibutuhkan oleh perusahaan atau bisnis tersebut.

Marketing pada saat ini semakin mudah untuk dikelola berkat kehadiran media sosial. Dengan memanfaatkan platform-platform media sosial, perusahaan dapat meningkatkan efisiensi dalam upaya pemasaran mereka untuk mencapai audiens target. Sebagai contoh, salah satu media sosial yang terkenal adalah Instagram, yang juga dimanfaatkan oleh PT Merah Putih Media sebagai alat pemasaran. Instagram, sebagai aplikasi media sosial yang sangat populer, menjangkau berbagai kalangan, mulai dari anak muda hingga orang dewasa. PT Merah Putih Media dapat memanfaatkan daya tarik visual Instagram untuk membagikan foto dan video yang menarik, sesuai dengan profil target pasar mereka. Dengan demikian, mereka dapat berkomunikasi dengan audiens mereka melalui konten yang relevan. Selain itu, PT Merah Putih Media memanfaatkan fitur bisnis yang disediakan oleh Instagram. Fitur ini memungkinkan mereka untuk memperluas penyebaran informasi dan mengoptimalkan upaya pemasaran mereka. Dengan fitur-fitur analitik dan promosi yang disediakan oleh Instagram, perusahaan dapat melacak kinerja kampanye mereka dan mengukur dampak dari strategi pemasaran yang mereka terapkan. Dengan demikian, penggunaan media sosial, khususnya Instagram, telah membantu PT Merah Putih Media untuk mengoptimalkan pemasaran mereka, mencapai target pasar yang lebih luas, dan berinteraksi dengan audiens mereka secara efektif. Ini mencerminkan pentingnya

pemanfaatan media sosial dalam lingkungan pemasaran yang berkembang pesat pada era saat ini.

PT. Merah Putih Media sendiri menggunakan aplikasi media sosial Instagram tidak hanya untuk sebagai sarana berbagi informasi akan tetapi sebagai platform untuk mengiklankan barang dan jasa perusahaan itu sendiri. Di Instagram ini sendiri PT Merah Putih Media dapat memberikan kelebihan dan kekurangan dari produk dan layanan yang ditawarkan oleh PT Merah Putih Media itu sendiri kepada para calon konsumen. Dengan ini fungsi dan pentingnya dari *marketing communication* dalam memberikan dan menyebarkan keunggulan dari PT Merah Putih Media itu sendiri. Tujuan dari *marketing communication* itu sendiri adalah untuk meningkatkan strategi dari pemasaran bisnis dengan memperkenalkan produk dan meningkatkan citra merek perusahaan kepada target pasar yang dituju atau calon konsumen potensial yang mana ini mendorong keterlibatan dari perusahaan yang telah bekerjasama dengan clientnya. Citra merek serta penjualan dapat memperoleh manfaat besar dalam meningkatkan penjualan sebuah merek dan dengan strategi pemasaran dan penempatan merek yang efektif serta efisien akan mencapai tujuan komunikasi pemasaran. PT Merah Putih Media menggunakan media sosial agar dapat terhubung langsung dengan audiens serta memberikan informasi yang sedang trend kepada target pasarnya. PT. Merah Putih Media meningkatkan *brand engagement* menggunakan media sosial untuk memberikan informasi dan melakukan komunikasi dengan lebih mudah. Instagram memberikan peluang yang menjanjikan untuk memenuhi berbagai kebutuhan komunikasi penggunaannya dan PT Merah Putih Media menjadikan itu sebagai peluang yang sangat berguna.

PT Merah Putih Media merupakan salah satu anak perusahaan dari JHL Group yang didirikan pertama kali pada tahun 2014, dari PT Merah Putih Media itu sendiri memiliki beberapa portal media yang sesuai dengan karakter dan bidangnya masing-masing, yaitu :

1. MerahPutih.com yaitu sebuah portal berita yang memuat mengenai berbagai informasi terkini dari dalam negeri maupun mancanegara mengenai fashion, hiburan, gaya hidup, tradisi, kuliner, dan travel.
2. Kabaroto.com yaitu merupakan portal berita seputar otomotif.
3. Bolaskor.com yaitu sebuah portal berita yang membahas mengenai olahraga seperti sepakbola, basket, dan lainnya.
4. Side.id yaitu merupakan portal berita Kawasan di sekitar BSD, Gading Serpong, dan Alam Sutera.
5. Kamibijak yaitu merupakan portal berita disabilitas pertama di Indonesia.

Penulis memiliki kedudukan di PT Merah Putih Media *internship* di divisi *Marketing communication*. Penulis mendapatkan banyak pengalaman di lapangan dengan melakukan kerja magang di PT Merah Putih Media. Dari mulai jaringan atau networking yang semakin banyak karena PT Merah Putih Media merupakan anak perusahaan dari JHL Group yang memiliki lini bisnis di berbagai cabang dan juga tersebar dimana-mana. Serta penulis juga menambah pengetahuan mengenai industri media *digital online* saat ini. Selain itu penulis juga menggunakan kesempatan berharga ini untuk memperkuat jaringan serta kemampuan profesional sebagai bekal untuk persiapan karir di masa depan sebagai *marketing communication*. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis memutuskan untuk memulai magang di PT Merah Putih Media guna mendapatkan pengalaman kerja serta keuntungan lainnya yang didapatkan dari PT Merah Putih Media khususnya di bidang *marketing communication* dan strategi media. Selanjutnya penulis menjelaskan mengenai hasil serta proses kegiatan dari praktik kerja magang di PT Merah Putih Media dari awal mulai magang hingga berakhirnya praktik kerja magang.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Melakukan praktik kerja magang dengan benar memiliki potensi besar untuk memberikan penulis pengalaman yang sangat berharga. Dalam konteks ini, tujuan utama penulis adalah untuk mendapatkan gambaran yang komprehensif tentang aktivitas yang terjadi di dalam sebuah portal berita online di PT Merah Putih Media, khususnya di divisi *marketing communication*. Dengan praktik kerja magang ini, penulis berharap dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai strategi pemasaran, komunikasi, dan upaya promosi yang dilakukan oleh PT Merah Putih Media. Penulis ingin dapat melihat secara langsung bagaimana tim *marketing communication* bekerja untuk mempromosikan merek dan konten mereka, bagaimana mereka berkolaborasi dengan perusahaan lain, dan bagaimana mereka berkontribusi pada peningkatan keterlibatan dan pemahaman media sosial di lingkungan PT Merah Putih Media. Selain itu, penulis juga berharap dapat belajar bagaimana strategi berita online dan media digital bekerja, termasuk cara mereka mengukur keberhasilan kampanye promosi dan meningkatkan eksposur merek melalui berbagai saluran online. Dengan demikian, praktik kerja magang di PT Merah Putih Media diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga dalam bidang *marketing communication* dan mempersiapkan penulis untuk karir di industri ini di masa depan. Serta tujuan yang di ingin dicapai dalam diri penulis untuk melakukan kerja magang ini yaitu :

- Untuk mengimplementasikan ilmu yang penulis dapatkan selama perkuliahan berlangsung di dalam dunia kerja.
- Serta penulis ingin mengetahui kompetensi dirinya di dunia kerja apakah penulis mampu bersaing di dunia kerja serta mengikuti tuntutan pekerjaan yang diberikan perusahaan terhadap dirinya.
- Selain itu penulis ingin memberikan dampak terhadap perusahaan tempat penulis tersebut melakukan proses kerja magang dengan memberikan inovasi serta kelebihan dari dalam diri penulis.

- Dan diluar itu tujuan penulis melakukan kerja magang ini merupakan salah satu syarat kelulusan yang wajib ditempuh untuk mendapatkan gelar Sarjana Management.

Di PT Merah Putih Media itu sendiri, peran dari *marketing communication* adalah memberikan informasi dan ajakan kepada perusahaan lain atau merek lain untuk berkolaborasi dengan PT Merah Putih Media melalui berbagai metode komunikasi. Dengan tujuan promosi ini, PT Merah Putih Media bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan merek (*brand engagement*) dan memperluas pemahaman mengenai media sosial yang dimilikinya. Penulis memilih PT Merah Putih Media sebagai tempat untuk menjalani praktik kerja magang karena PT Merah Putih Media merupakan anak perusahaan dari JHL Group. Oleh karena itu, PT Merah Putih Media memiliki beragam klien dan mitra bisnis terkemuka seperti JHL, Solitaire, Episode, dan lainnya.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Magang

Penulis laporan kerja magang melaksanakan kerja magang selama 5 bulan atau setara dengan 800 jam, dimulai pada bulan April 2023 sampai dengan bulan September 2023. Data penjabaran pelaksanaan kerja magang sebagai berikut :

Nama perusahaan	: PT Merah Putih Media
Bidang Usaha	: Portal Berita
Alamat Perusahaan	: Cluster Paramount Hill Golf Jalan Gading Golf Timur Blok GGT No 112 Gading Serpong , Tangerang
No. Telepon	: (021) 53120222 ext 4401
Periode Kerja Magang	: 10 April 2023 – 10 September 2023
Waktu Kerja Magang	: Senin – Jumat, 08.00 – 18.00
Posisi Magang	: Marketing Communication

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Magang

Prosedur pelaksanaan magang yang saya lakukan sebagai penulis laporan kerja magang ini adalah mengikuti semua prosedur yang diterapkan oleh pihak kampus Universitas Multimedia Nusantara, dimana hal ini tercantum di dalam *logbook* yang disediakan oleh pihak Kampus Universitas Multimedia Nusantara dan hal ini merupakan sebagai salah satu syarat sah untuk mengikuti program magang merdeka Universitas Multimedia Nusantara. Dan berikut adalah proses yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut :

- a. Mengajukan kepada pihak kampus Universitas Multimedia Nusantara berupa surat pengantar magang KM1.
- b. Pihak kampus Universitas Multimedia Nusantara memberikan surat pengantar kerja magang KM 2
- c. Pengajuan surat pengantar kerja magang dan Curriculum vitae (CV) serta surat-surat pelengkap lainnya kepada perusahaan yang dituju yakni PT Indah Kiat
- d. Setelah berkas sudah diterima pihak Human Capital (HC) PT Merah Putih Media, menunggu jawaban dari pihak perusahaan
- e. Pihak Human Capital menghubungi saya untuk melakukan interview.
- f. Setelah melakukan interview saya diberikan tugas berupa inovasi untuk kedepannya apa yang akan dilakukan untuk Merah Putih Media.
- g. Tanggal 10 April saya memulai magang hari pertama dan bekerja di divisi *marketing communication*
- h. Menginput daily task atau activity selama proses praktik kerja magang.