



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

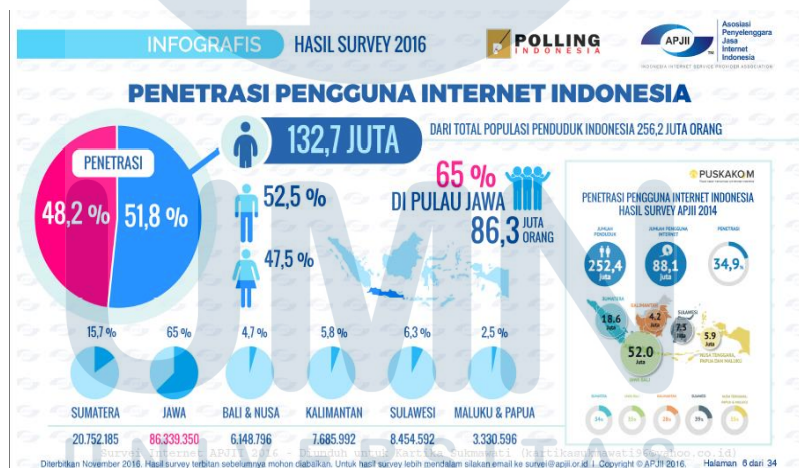
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dewasa ini sangat cepatnya pertumbuhan internet telah mengubah cara perusahaan melakukan bisnis dan cara perusahaan berkomunikasi dan berinteraksi dengan konsumen. Pengguna internet semakin meningkat, sehingga internet menjadi medium komunikasi interaktif yang menjadi bagian integral dari strategi komunikasi bahkan strategi bisnis bagi banyak perusahaan. Karena itu banyak perusahaan menyadari bahwa mereka harus mengubah cara-cara mereka untuk memasarkan barang atau jasa (Morissan, 2010, h. 15).

**Gambar 1.1. Infografis Jumlah Pengguna Internet di Indonesia**



Sumber : APJII

Hasil survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa pengguna internet Indonesia pada 2016 meningkat menjadi 132,7 juta dibandingkan 2014 sebanyak 88,1 juta. Survei ini menandakan bahwa

perusahaan perlu melihat ini sebagai peluang dalam meningkatkan penjualan produk.

Karena itu sistem kerja perusahaan periklanan juga mulai berubah. Biro iklan mulai didorong berevolusi dalam bidang pemasaran yang mencakup perubahan dalam aturan pemasaran serta perubahan peran dari *advertising agency* (Morissan, 2010, h. 14).

Beberapa orang berusaha untuk membuat perusahaan bisnis periklanan dan promosi dalam bidang yang khusus untuk digital yaitu *digital advertising agency*. Tidak jauh berbeda dengan *advertising agency*, *digital advertising agency* menjadi sebuah agensi yang membantu perusahaan atau klien memasarkan barang atau jasa, bedanya adalah menggunakan media digital.

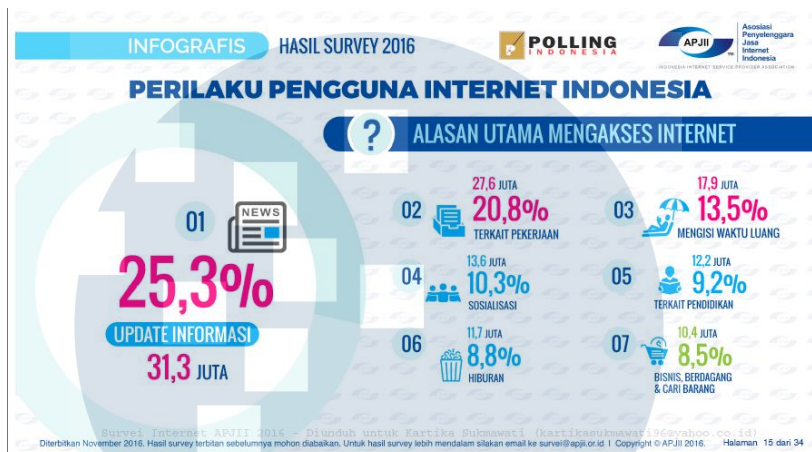
Pemasar atau klien memiliki kebutuhan untuk terus mencari cara yang lebih baik untuk dapat berkomunikasi dengan konsumennya (Morissan, 2010, h. 133). Dengan menggunakan media digital yang bersifat komunikasi dua arah, hubungan perusahaan dengan konsumen akan menjadi lebih terbuka sehingga perusahaan mampu memasarkan dan mempromosikan produknya ke *target market* yang lebih terarah tanpa ada batasan wilayah. Bahkan *budget* yang dikeluarkan oleh pemasar relatif lebih rendah. Jika perusahaan dapat mengkomunikasikan produknya ke target yang tepat, maka peningkatan penjualan produk perusahaan dapat melesat dengan cepat.

Perusahaan *digital advertising agency* mengurus media digital pemasar atau klien seperti situs web, aplikasi, media sosial, *search engine optimization* (SEO), *keywords*, dan sebagainya. Semua bagian memiliki tim tersendiri, di mana anggotanya sudah menguasai bidang pekerjaan masing-masing. Semua tidak dapat dikerjakan hanya oleh satu orang.

Agar komunikasi perusahaan dengan konsumen berjalan baik, maka perusahaan memerlukan dan menggunakan situs web karena dapat menjadi media promosi yang sangat efektif serta alat bantu pemasaran yang tangguh. Sebuah situs web diibaratkan menjadi identitas perusahaan di internet yang dapat dengan mudah diperbaharui isi maupun tampilannya. Situs web juga sekarang dikelola

dengan cara yang lebih kreatif yaitu dengan menambahkan ruang *chat*, animasi, video dan bahkan transaksi penjualan barang secara *online*. Namun, salah satu yang terpenting adalah memberikan informasi untuk pelanggan (Morissan, 2010, h. 320).

**Gambar 1.2. Infografis Alasan Utama Mengakses Internet**



**Sumber : APJII**

Ini sesuai dengan hasil survei APJII di mana alasan utama 31,3 juta masyarakat Indonesia yang menggunakan internet yaitu untuk mendapatkan informasi. Tujuan utama perusahaan memiliki *website* yaitu untuk penyebaran informasi yang sekarang banyak diakses oleh pengguna internet. Dengan memiliki situs *website*, perusahaan akan memiliki keuntungan seperti pelanggan, akan mudah menemukan lokasi usaha atau nomor telepon perusahaan, penyampaian informasi akan lebih cepat dan praktis, mengurangi jumlah tenaga pemasaran karena tidak perlu membuat janji dengan calon pelanggan, membangun hubungan dengan pelanggan seperti kuis atau kontes *online*.

Untuk lebih menarik pengunjung, perusahaan bisa menyediakan artikel mengenai berbagai informasi atau tips yang memang berkaitan dengan produk yang ditawarkan, misalnya saja produsen dari barang kebutuhan bayi memberikan berbagai informasi serta tips mengenai bagaimana cara mengasuh bayi yang baik (Morissan, 2010, h. 321).

Salah satu pekerjaan *digital advertising agency* adalah menentukan konten dalam *website* perusahaan, mulai dari *content plan* setiap bulannya, *campaign*

yang dilakukan, *voice* dan *tone* dalam artikel, topik dalam artikel, dan sebagainya. *Content* sangat penting dalam sebuah website untuk pemasaran, karenanya materi berupa informasi, gambar ataupun animasi yang berkaitan dengan bisnis yang dijalankan perlu dipersiapkan dengan baik. Situs web juga dapat ditambahkan dengan berita atau sebuah artikel yang bermanfaat. Konten yang relevan akan membuat situs perusahaan klien lebih menjadi berkualitas dan tentunya akan terus update setiap saat. Situs yang berkualitas akan mendapatkan perhatian yang besar dari konsumen (Hakim, 2010, h. 28). Untuk membuat konten yang berkualitas, maka perusahaan *digital advertising agency* memiliki tim tersendiri yang mengurus konten yaitu disebut *content director*, serta anggota khusus menulis informasi atau artikel konten di *website* yang disebut *content writer*.

Menurut Handley (2014, h. 141) untuk mengisi posisi *content writer* tidak jarang perusahaan membutuhkan penulis yang menggunakan nilai-nilai inti jurnalisme yaitu kejujuran, integritas, tanggung jawab dan kemurahan hati. Meskipun kemurahan hati bukan inti dasar jurnalisme, tetapi menjadi hal yang juga penting karena kreator konten harus terus terang dan murah hati dalam membuat konten agar artikel yang dibuat harus memiliki nilai untuk dibaca. *Content writer* juga meminjam beberapa prinsip dasar penulisan dalam jurnalistik.

Perusahaan iklan digital biasanya mencari jurnalis cetak maupun *online* untuk mengisi pekerjaan sebagai *content writer*, yang biasanya juga disebut sebagai *brand journalism*, meskipun menurut Handley (2014, h. 142) *brand journalism* tidak akan menulis hal yang negatif mengenai produk klien, sedangkan jurnalis cetak dan *online* bisa menulis hal negatif. *Content writer* juga bertindak selayaknya para editor di ruang berita dengan mencari *angle-angle* yang menarik dalam menyajikan informasi kepada para pembacanya dan menggunakan keterampilan jurnalistik dalam membuat konten.

Jika dahulu produk klien bergantung pada jurnalis untuk menyebarkan informasi, hadirnya media digital mengubahnya. Sekarang, klien dapat dengan bebas menampilkan berita dan cerita mereka di media sendiri, yaitu di *website* perusahaan (Handley, 2014, h. 142).

*Content writer* memiliki peran yang penting pada promosi produk klien, karena saat seseorang ingin mencari informasi di *google*, maka pasti yang pertama dilihat adalah konten seperti artikel dan informasi-informasi dari sebuah *website*. Jika kontennya tidak informatif maka tidak ada yang akan meng-klik. Maka dari itu, dibutuhkan *content writer* yang memang dapat menulis artikel dan mengembangkan konten secara menarik. Karena itulah penulis tertarik untuk membahas peran *content writer* di Mirum Indonesia Agency.

Mirum Indonesia Agency menjadi tempat yang tepat untuk belajar karena penulis melihat perusahaan iklan digital ini merupakan salah satu yang bagus, dibuktikan dengan *award* yang sudah pernah dimenangkan salah satunya yaitu *Campaign Asia's Indonesian Digital Agency of the Year (Bronze)* pada 2013, *Campaign Asia's Indonesian Digital Agency of the Year (Gold)* pada 2014, *Bronze Trophy for Best Use of Digital Media at Citra Pariwara* 2015, *Bronze Trophy for Best Use of Ambient Media – Large Scale at Citra Pariwara* 2015 dan Mirum Jakarta menjadi partner Adobe Digital Marketing selama empat tahun (“Mirum Jakarta Award List”, 2014, para. 5).

Mirum juga sudah dipercaya oleh banyak *brand*. Salah satunya adalah IbudanBalita.com milik *Frisian Flag, Unilever, Dove, Tresemme*, dan masih banyak lagi. Mirum berhasil membuat *website* IbudanBalita.com mendapatkan ranking satu dibandingkan *website* mirip lainnya yang membahas mengenai ibu dan anak.

Mirum Indonesia Agency menjadi tempat praktik magang, karena menurut penulis pekerjaan sebagai *content writer* sendiri belum banyak di Indonesia. Penulis ingin belajar membuat konten yang menarik dan bermanfaat bagi target pemasar.

## **1.2 Tujuan Kerja Magang**

Tujuan dilakukan kerja magang, yang pertama adalah untuk memenuhi persyaratan dalam perkuliahan di Universitas Multimedia Nusantara di mana seluruh mahasiswa diwajibkan mengambil empat sks mata kuliah untuk pengenalan dan pelatihan di dunia kerja.

Kerja magang juga dilakukan penulis untuk lebih siap di dunia kerja dan mengetahui peran *content writer* di Mirum Indonesia Agency.

### **1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

#### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Waktu pelaksanaan kerja magang yang dilakukan oleh penulis selama 46 hari terhitung dari 6 September 2016 hingga 25 November 2016. Penulis masuk setiap hari Senin, Selasa, Kamis, Jumat. Penulis libur setiap Rabu karena harus mengikuti kelas seminar proposal. Jam kerja yaitu pukul 09.00-18.00 WIB. Alamat tempat penulis melakukan praktik kerja magang adalah Bellezza Shopping Arcade Lantai 3 – 301, Jl. Letnan Jendral Soepeno No. 34, Daerah Khusus Ibukota Jakarta.

#### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Penulis mencari tempat magang sendiri. Penulis membuat surat pengajuan kerja magang untuk diberikan ke perusahaan seperti majalah, radio, televisi, dan perusahaan iklan. Penulis tidak memberikan secara langsung ke perusahaan tersebut, namun mengirim lewat *e-mail*.

Mirum Indonesia menjadi salah satu perusahaan yang menelepon penulis pada 29 Agustus 2016, karena sedang membutuhkan pekerja magang untuk posisi *content writer*. Penulis menyetujui wawancara dilakukan pada 31 Agustus 2016, serta mengikuti psikotes sebelum wawancara. Setelah itu penulis diwawancarai oleh Karina Anandya dan Radio Satrio yang merupakan *senior content writer*. Penulis ditanyakan seputar CV, *content writer* dan penulisan feature. Setelah wawancara, penulis diberikan tes menerjemahkan sebuah artikel berbahasa Inggris ke Indonesia lalu mendeskripsikan diri penulis dalam 160 kata menggunakan bahasa Inggris. Setelah itu, penulis diberikan tes untuk dikerjakan di rumah yaitu menulis dua artikel dalam bahasa Inggris dan Indonesia seputar kesehatan dan fashion yang harus dikumpulkan pada 1 Agustus 2016 pukul 18.00 WIB. Beberapa

hari setelahnya, penulis ditelepon dan mendapatkan informasi penulis diterima magang pada 5 September 2016. Pada 6 September penulis memulai hari pertama magang.

Pada hari pertama magang penulis memberikan Formulir Surat Pengantar Kerja Magang (KM-02) ke bagian HRD (Human Resource Development) dan pihak HRD membuat surat pernyataan diterimanya penulis. Setelah mendapatkan surat pernyataan magang, penulis menyerahkannya kepada bagian BAAK (Biro Administrasi dan Kemahasiswaan) dan kepada Natalya Batubara selaku sekretaris prodi Fakultas Ilmu Komunikasi Multimedia Nusantara (UMN) untuk mendapatkan lima formulir berikutnya, yaitu Formulir Kartu Kerja Magang (KM-03), Formulir Kehadiran Kerja Magang (KM-04), Formulir Realisasi Kerja Magang (KM-05), Lembar Penilaian Kerja Magang (KM-06), dan Tanda Terima Penyerahan Laporan Kerja Magang kepada Pembimbing Lapangan (KM-07).

Penulis diwajibkan untuk mengerjakan laporan kerja magang dan melakukan bimbingan dengan dosen pembimbing hingga laporan mendapatkan persetujuan dari dosen pembimbing untuk disidangkan. Selanjutnya, penulis akan mempresentasikan laporan dalam sidang magang. Jika berkas-berkas dan laporan magang sudah selesai direvisi, penulis harus memberikan laporan magang kepada pihak Mirum Agency untuk memenuhi (KM-07).

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