



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

Teknologi merupakan salah satu aspek yang paling cepat berkembang di era globalisasi. Karena perkembangannya yang pesat dan canggih ini, teknologi dapat mempengaruhi segala hal, salah satunya perusahaan atau organisasi. Setiap perusahaan atau organisasi sekarang ini menggunakan kecanggihan teknologi yang disebut internet. Internet yang digunakan disini yaitu teknologi online seperti e-mail, website, dan juga ada media sosial. Disini perusahaan atau organisasi membutuhkan peran *Public Relations* atau yang sering di sebut PR dalam menjalankan aktivitas tersebut.

Public Relations adalah fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara seseorang atau organisasi demi kepentingan publik, serta merencanakan dan melakukan suatu program kegiatan untuk meraih pengertian dan dukungan publik (Cutlip dan Center, 2009). Berarti praktisi *Public Relation* harus mampu untuk mewujudkan hubungan yang harmonis antara organisasi atau perusahaan dengan publiknya.

Perusahaan atau organisasi dalam praktik kerja marketing komunikasi terdapat divisi *digital marketing* yang berfokus pada aktivitas *online*. *Digital marketing* adalah kegiatan pemasaran atau branding menggunakan berbagai media berbasis web, seperti website, blog, e-mail, *adwords*, serta jejaring sosial (Sanjaya dan Tarigan, 2009).

Peran *Public Relations* pada divisi *digital marketing* mengharuskan *Public Relations* dalam praktik kerjanya untuk membantu pekerjaan *digital agency*. *Digital agency* merupakan sebuah agensi yang menawarkan jasa untuk membantu perusahaan atau organisasi me masarkan produk atau *brand* mereka dengan menggunakan strategi *digital marketing* melalui website, blog, e-mail dan media

sosial. Jasa yang ditawarkan oleh *digital agency* ini beragam, seperti *web development*, *search engine optimization* (SEO), dan lainnya.

Dengan adanya divisi *digital marketing* dalam perusahaan atau organisasi, pemasaran yang dilakukan tidak akan memakan biaya yang besar dengan melalui media digital yang serba instan. Jangkauan yang didapat juga lebih besar karena bisa dilihat oleh seluruh penjuru dunia. Kegiatan pemasaran yang dilakukan juga lebih terstruktur dalam pengerjaannya karena dibuat menggunakan strategi yang tepat sesuai dengan kebutuhan dan yang diinginkan klient.

Di Indonesia sendiri telah banyak berdiri perusahaan *digital agency*. Mengikuti perkembangan jaman yang semakin pesat ini perusahaan *digital agency* sudah mulai banyak melebarkan sayapnya di Indonesia khususnya Jakarta seperti, Doxa Creative and Digital Agency, Brightstars Digital Agency, Bounce Indonesia, dan lainnya. Ada juga perusahaan *start-up agency* yang beberapa tahun terakhir ini baru berdiri, seperti PT. Eannovate Creative Technology yang penulis pilih sebagai tempat kerja magang.

Eannovate memiliki motto "*Delivering Innovation*". Eannovate membantu setiap klien dengan cara berkonsultasi lalu memberikan solusi terbaik untuk klien. Eannovate memadukan antara kreatifitas dan teknologi untuk membantu klien. Tidak sampai disitu, setelah proyek yang dikerjakan selesai Eannovate juga membantu dalam mengurus dan menyempurnakan proyek tersebut. Dengan *team* yang selalu melakukan riset dan menganalisis hal-hal baru yang berkaitan dengan teknologi, Eannovate menjadi perusahaan *start-up* yang mengetahui secara cepat perkembangan yang terjadi.

Hal itulah yang membuat penulis memilih Eannovate sebagai tempat kerja magang. Eannovate menyediakan ruang untuk para mahasiswa agar dapat mempelajari mengenai praktik kerja pada industri PR khususnya dibagian *digital marketing*. Eannovate memberikan bimbingan untuk penulis dalam menjalankan tugas yang diberikan kepada penulis.

1.2 Tujuan Kerja Magang

Adapun tujuan penulis melakukan kerja magang yaitu untuk :

1. Mempelajari aktivitas *digital marketing* dan *Public Relations* yang dilakukan oleh PT. Eannovate CreativeTechnology.
2. Meningkatkan kemampuan penulis dalam membuat konten *digital marketing* dan *Public Relations*.

1.3 Waktu dan Prosedur Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Kerja magang dilaksanakan selama 60 hari kerja pada tanggal 25 September 2017 sampai dengan 18 Desember 2017. Terhitung 5 hari kerja yaitu Senin sampai Jumat. Jam kerja dimulai dari pukul 09.00 WIB sampai pukul 17.30 WIB.

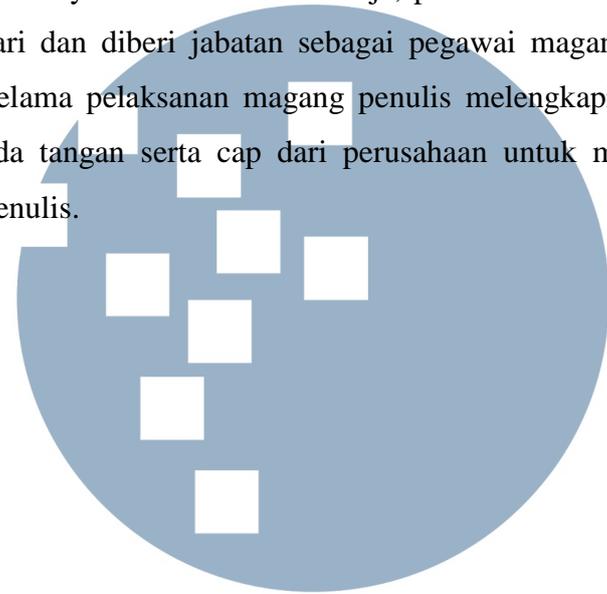
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Pertama penulis menyiapkan Curriculum Vitae, transkrip nilai dari semester 1 sampai semester 5, dan menyiapkan surat lamaran. Setelah itu penulis mengirimkan ke @hallo.eannovate.com. Dua hari setelah mengirimkan email tersebut penulis mendapat jawaban melalui email dan melakukan sesi interview di kantor Eannovate yang bertempat di Ruko Kosambi Baru Blok A ext 1 nomor 66, Duri Kosambi, Cengkareng. Pada saat itu penulis di interview oleh Billy Gani sebagai CEO Eannovate dan juga Michelle Budirahardjo sebagai Operational Manager.

Setelah itu, penulis mengajukan formulir pengajuan magang (KM-01) kepada Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi untuk persetujuan tempat magang dan divisi yang akan diduduki oleh penulis dengan menandatangani formulir pengajuan magang. Kemudian penulis mendapat surat pengantar kerja magang (KM-02) yang akan di berikan oleh perusahaan tempat penulis melaksanakan kerja magang.

Lalu penulis menandatangani surat perjanjian magang yang diberi oleh perusahaan dan menyerahkannya kepada BAAK untuk mendapatkan Kartu Kerja Magang (KM-03), Kehadiran Kerja Magang (KM-04), Laporan Realisasi Kerja Magang (KM-05), Penilaian Kerja Magang (KM-06), dan Tanda Terima Penyerahan Laporan Kerja Magang (KM-07).

Setelah dinyatakan diterima bekerja, penulis melaksanakan kerja magang selama 60 hari dan diberi jabatan sebagai pegawai magang pada divisi digital marketing. Selama pelaksanaan magang penulis melengkapi kebutuhan KM dan meminta tanda tangan serta cap dari perusahaan untuk melengkapi data yang dibutuhkan penulis.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA