

# BAB I

## PENDAHULUAN

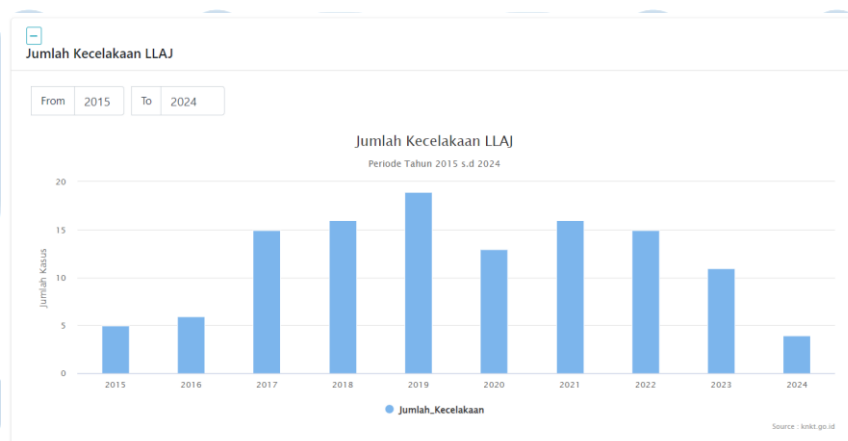
### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi semakin meningkat dalam kehidupan hingga pada tahap memenuhi kepuasan setiap individu. Kemajuan teknologi yang mulai dari teknologi industri, teknologi pertanian, teknologi informasi, dan teknologi komunikasi dan informasi dapat membawa pengaruh yang sangat besar pada kehidupan masyarakat, sehingga membuat setiap individu memanfaatkan perkembangan teknologi tersebut (Danuri, 2019). Teknologi merupakan perangkat yang dapat digunakan oleh setiap individu dalam mendapatkan informasi, teknologi memberikan pengaruh dengan membuat kontrol jarak jauh yang dalam memudahkan individu dalam memantau dan menangani permasalahan (Apriadi & Sutrisna, 2023).

Revolusi industri menjadikan cara kerja menjadi berubah, pada awalnya dilakukan oleh manusia, sekarang menjadi otomatisasi atau digitalisasi melalui inovasi yang dikembangkan (Suwardana, 2018). Revolusi industri dapat diketahui sebagai perubahan sosial dan kebudayaan yang berproses dengan sangat cepat, perubahan tersebut dapat terjadi karena direncanakan atau tidak direncanakan (Fonna, 2019). Istilah dari Revolusi industri dikemukakan oleh Friedrich Engels dan Louis-Auguste Blanqui pada pertengahan abad ke-19. Industri telah mencapai ke fase keempat, yaitu 4.0. Pada fase pertama (1.0) diawali dengan penemuan mesin yang digunakan untuk produksi. Fase kedua (2.0) berkembangnya produksi dengan adanya *quality control* atau standarisasi. Fase ketiga (3.0) terdapat kehadiran internet dan komputer. Fase keempat (4.0) berperan menghadirkan otomatisasi dan digitalisasi perpaduan dari internet dengan manufaktur. Pada industri 4.0 terdapat universalitas seperti *Internet of Services (IoS)*, *Internet of Things (IoT)*, *big data*, dan virtualisasi yang dapat menunjukkan perbedaan dari revolusi industri sebelumnya (Sirait, 2022). Dengan adanya teknologi modern yang telah mengalami

revolusi, dapat dimanfaatkan dengan membuat penemuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Perkembangan dunia transportasi semakin berkembang hingga hadirnya transportasi darat, laut, dan udara. Dengan adanya transportasi dapat membantu masyarakat atau barang berpindah dari satu tempat ke tempat lainnya. Kehadiran transportasi dapat memudahkan dan mempercepat proses kegiatan (Karim et al., 2023). Berdasarkan Laporan dan Informasi Statistik dari Komite Nasional Keselamatan Transportasi Republik Indonesia, jumlah kecelakaan Lalu Lintas dan Angkutan Jalan (LLAJ) berdasarkan data pada Gambar 1.1 selalu terjadi setiap tahunnya dari 2019 hingga 2024. Faktor penyebab kecelakaan dapat terjadi karena *human error*, *machine error*, dan *manufactured error*. Namun, penyebab utama dari kecelakaan lalu lintas adalah *human error*. *Human error* merupakan suatu tindakan yang dapat menurunkan efektifitas dan keamanan. Sikap yang terjadi terhadap pengemudi seperti tidak mengikuti prosedur, tidak memerhatikan, dan tidak berkonsentrasi. Gangguan konsentrasi pada pengemudi seperti penggunaan ponsel sehingga dapat menurunkan performa berkendara. Gangguan dapat meningkatkan terjadinya *error* ketika berkendara yang dapat membuat terjadinya kecelakaan (Lady & Umyati, 2021).



Gambar 1.1 Jumlah Kecelakaan Lalu Lintas dan Angkutan Jalan (LLAJ)

Sumber: Komite Nasional Keselamatan Transportasi (n.d)

Berbagai industri tentunya ingin memberikan pelayanan, kepercayaan dan keamanan yang terbaik kepada konsumennya. Sehingga diperlukannya sistem yang dapat mengontrol dan mengawas suatu objek ketika bergerak dari satu tempat ke tempat lainnya melalui jarak jauh. Tentunya transportasi seperti angkutan umum, taksi, penyewaan mobil, dan lainnya yang membawa penumpang atau barang perlu dilakukannya pengawasan dengan keamanan yang tepat agar terhindar dari permasalahan dan berjalan sesuai dengan semestinya, sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Pada hal ini, diperlukannya teknologi yang dapat membantu untuk melacak dan memantau kendaraan secara *real time*, terutama perusahaan yang memiliki armada dan menginginkan manajemen yang dapat meningkatkan keamanan pengemudi, barang, dan penumpang.

Terdapat salah satu perusahaan yang bergerak mengembangkan inovasi dalam bidang teknologi transportasi untuk sistem manajemen telematika armada, yaitu PT Indo Trans Teknologi atau TransTRACK. Dengan mengembangkan produk dengan berbasis *Internet of Things* (IoT) dan *Artificial Intelligence* (AI), TransTRACK menciptakan solusi untuk mempermudah operasional armada yang dapat terhubung dengan digital, sehingga tidak hanya efisien tetapi juga aman. TransTRACK melakukan digitalisasi operasional armada melalui *Fleet Operation Optimizer* dan *Supply Chain Integrator*. *Fleet Operation Optimizer* dapat dilakukan untuk pengelolaan manajemen armada dan *Supply Chain Integrator* dapat memberikan solusi perangkat lunak atau *platform* teknologi untuk pengelolaan atau mengintegrasikan operasi rantai pasokan di dalam suatu perusahaan.

Permasalahan yang sering terjadi di industri transportasi mulai dari kecelakaan dan perilaku pengemudi yang tidak sesuai dengan peraturan membuat TransTRACK memanfaatkan teknologi dari revolusi industri 4.0, yaitu *Internet of Things* (IoT) dan *Artificial Intelligence* (AI). Teknologi yang dibuat oleh TransTRACK memberikan solusi yang dapat membantu kinerja suatu perusahaan dari seluruh sektor industri menjadi lebih baik seperti memastikan pengiriman barang tepat waktu, menghindari kemacetan, memastikan pengemudi berkendara dengan aman, dan lainnya. Terdapatnya fitur-fitur yang dimiliki TransTRACK

dalam pemantauan pengemudi seperti memiliki sensor yang dapat memantau pengemudi jika merokok, berada di kecepatan yang melebihi maksimal, dan permasalahan lainnya yang menyebabkan kecelakaan dapat membantu mengatasi *human error*.

Industri teknologi transportasi bersaing dalam menciptakan produk berinovasi yang dapat memenuhi kebutuhan dan memberikan solusi kepada konsumen. Oleh karena itu, TransTRACK membutuhkan *marketing* untuk meningkatkan kesadaran dan memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai kegunaan produk yang dimiliki oleh TransTRACK. *Marketing* merupakan kegiatan untuk meningkatkan penjualan dengan memenuhi kebutuhan dan kepuasan terhadap konsumen, sehingga *marketing* lebih sering berhubungan dengan pihak eksternal (Ira, 2023). Tujuan utama *marketing* adalah untuk mendapatkan dan mempertahankan konsumen dengan menjalin hubungan yang baik dan saling memberikan keuntungan (Permana et al., 2023). Dalam dunia *marketing*, perusahaan akan mencari dan memenuhi kebutuhan pelanggannya dengan menyediakan produk atau layanan, karena peran *marketing* sangat penting untuk meningkatkan keberhasilan dan pertumbuhan perusahaan.

Dalam menjalankan *marketing*, TransTRACK menggunakan beberapa jenis *marketing*, yaitu *Search Engine Optimization* (SEO), *Social Media Marketing* (SMM), dan *Event Marketing*. Pada saat ini, *website* digunakan untuk pemasaran secara digital. Kegunaan SEO dapat membantu meningkatkan peringkat *website*, sehingga ketika pengguna mencari kata kunci di mesin pencarian, *website* yang diinginkan oleh calon pembaca akan muncul (Indriyatmoko & Rahardi, 2021). TransTRACK memiliki *website* blog yang berisikan informasi mengenai berbagai industri seperti transportasi, logistik, dan lainnya untuk membantu calon pembaca mengatasi permasalahan. Agar *website* blog TransTRACK dapat ditemukan oleh pengguna di mesin pencarian, TransTRACK membuat *content plan* menggunakan SEO untuk mencari *keyword* dengan *traffic* tertinggi melalui *keyword tool*.

Melakukan pemasaran dengan *Social Media Marketing* banyak digunakan oleh berbagai perusahaan untuk menyebar konten-konten seperti edukasi,

informasi, promosi produk, dan lainnya. Perkembangan media sosial yang semakin berkembang hingga dapat menjangkau orang lebih luas melalui konten yang disebar (Hidayat & Martini, 2020). TransTRACK memiliki beberapa media sosial untuk menjangkau konsumen. Dalam pembuatan konten, TransTRACK melakukan *editorial plan* dengan membuat konten untuk satu bulan dengan menentukan jenis konten tersebut seperti *for sale*, *education*, *information*, atau *engagement*. Dengan penentuan jenis konten, dapat membantu TransTRACK untuk menentukan nantinya konten dengan jenis tertentu akan diunggah di media sosial LinkedIn, Instagram, atau Facebook karena tidak seluruh jenis konten cocok untuk diunggah di media sosial apa saja.

Pemasaran *Event Marketing* dapat membantu perusahaan lebih dikenal oleh masyarakat secara luas dan dapat menjalin hubungan erat dengan konsumen dengan membuat suatu *event*. Menurut Gupta, *event marketing* merupakan kegiatan untuk menciptakan *awareness* dan citra dari suatu perusahaan (Saifullah & Asnawi, 2024). Menurut Shrimp, *event marketing* merupakan kegiatan untuk mempromosikan suatu *brand* dengan mengaitkan budaya, olahraga, kegiatan sosial, hiburan, dan lainnya yang dapat meningkatkan minat yang tinggi (Saifullah & Asnawi, 2024). Bentuk pemasaran *Event Marketing* menjadi penting dan sangat berpengaruh karena memiliki potensi untuk berkomunikasi dengan pengunjung. TransTRACK menjalankan *Event Marketing* dengan membuat suatu *event* untuk menjalin hubungan dengan konsumen melalui *customer gathering*. Tidak hanya itu, TransTRACK setiap bulannya membuat *webinar* dengan topik yang berbeda-beda untuk memberikan edukasi kepada setiap peserta *webinar*. Dalam menarik peserta, TransTRACK selalu memberikan hadiah pemenang seperti mendapatkan *voucher* atau *merchandise* TransTRACK. Agar TransTRACK lebih dikenal secara luas, TransTRACK mengikuti beberapa pameran industri teknologi, transportasi, dan lainnya untuk memperkenalkan produk-produk TransTRACK. Kehadiran TransTRACK dalam pameran dapat meningkatkan *brand awareness* dan dari sebelumnya tidak mengetahui menjadi mengetahui TransTRACK.

Oleh karena itu, aktivitas *marketing* di TransTRACK memiliki peran penting dalam pembuatan konten, menjalin hubungan yang baik dengan konsumen, mengetahui tren, riset mengenai kompetitor, dan lainnya. Dengan adanya persaingan pada industri teknologi transportasi, aktivitas *marketing* dapat membantu TransTRACK lebih berkembang dan di kenal sebagai perusahaan yang dapat memberikan solusi untuk manajemen armada dan masalah keamanan kendaraan.

Pekerja magang melihat industri teknologi semakin berkembang hingga munculnya teknologi-teknologi canggih yang dapat dikembangkan. Melihat TransTRACK dapat memanfaatkan teknologi untuk membuat sistem manajemen armada, membuat pekerja magang menjadi tertarik untuk bergabung dalam TransTRACK. Dengan adanya *marketing* di TransTRACK membuat pekerja magang ingin mendapatkan pengetahuan dan pengalaman lebih dalam mengenai *marketing* di dunia teknologi transportasi secara nyata.

## **1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang**

Aktivitas pelaksanaan kerja magang yang dilakukan mempunyai maksud untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar S1 pada jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara. Selain itu, diharapkan pekerja magang dapat menerapkan ilmu yang di dapatkan selama masa perkuliahan, mengetahui budaya di dunia pekerjaan, mempelajari cara berkoordinasi ketika menjalankan pekerjaan, dan mengasah *hard skill* dan *soft skill*. Dengan itu, maka maksud dan tujuan dari aktivitas pelaksanaan kerja magang yang di ambil oleh pekerja magang sebagai *marketing* di TransTRACK adalah sebagai berikut:

- a. Mengetahui aktivitas atau pekerjaan seorang *marketing* di PT Indo Trans Teknologi.
- b. Menerapkan pembelajaran yang berkaitan dengan *marketing* yang telah di pelajari di jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.

- c. Mengasah *hard skills* dan *soft skills* seperti kemampuan untuk *content planning*, *editorial planning* berpikir kritis, menganalisis, mengambil keputusan, dan bekerja sama dalam tim.

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

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

Aktivitas pelaksanaan kerja magang berlangsung pada bulan Februari sampai Mei 2024 sesuai dengan syarat jam kerja magang *Internship Track 1*, yaitu selama enam ratus empat puluh jam kerja. Dengan itu, pelaksanaan kerja magang yang dilakukan oleh pekerja magang mulai dari Senin, 5 Februari 2024 sampai Jumat, 17 Mei 2024. Berdasarkan dengan perjanjian kontrak dengan perusahaan dan ketetapan dari *supervisor*, penulis menjalankan kerja magang di hari Senin sampai Jumat mulai pukul 07.00 hingga 18.00 WIB selama 10 jam kerja per hari dengan sistem *hybrid*, sehingga bekerja dari kantor (*Work From Office*) dan bekerja dari rumah (*Work From Home*). Pekerja magang menjalankan kerja magang dengan bekerja dari kantor (*Work From Office*) di hari Selasa dan Kamis, bekerja dari rumah (*Work From Home*) di hari Senin, Rabu, dan Jumat. Hari dan jam kerja yang dijalankan saat pelaksanaan kerja magang dapat berubah-ubah tergantung dengan pekerjaan yang sedang dikerjakan.

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

##### **A. Proses Administrasi Kampus**

- 1) Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Komunikasi Strategis pada tanggal 13 Desember 2023 di *Function Hall* Universitas Multimedia Nusantara.
- 2) Mengisi KRS *Internship Track 1* di [myumn.ac.id](http://myumn.ac.id) dengan syarat telah menempuh 90 sks dan tidak ada nilai D, E, dan F di seluruh mata kuliah.
- 3) Melakukan pengajuan KM-01 lebih dari satu kali dengan melakukan pengisian Microsoft *Form* untuk verifikasi tempat

magang yang memenuhi persyaratan dan mendapatkan persetujuan dalam bentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang) yang telah disetujui oleh Ketua Program Studi.

- 4) Melakukan registrasi di *website* merdeka.umn.ac.id dengan melampirkan *Letter of Acceptance* dari perusahaan dan mengisi data *supervisor*.
- 5) Mengisi data *supervisor* untuk pembuatan akun *supervisor* melalui *form* KM-03 di *website* merdeka.umn.ac.id.
- 6) Mengisi *daily task* selama proses kerja magang berjalan dan mengajukan persetujuan *daily task* kepada *supervisor*.

#### B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

- 1) Mengirimkan *Curriculum Vitae* (CV) melalui whatsapp ke HRD PT Indo Trans Teknologi pada tanggal 22 Januari 2024.
- 2) Melakukan proses *interview* dengan *supervisor marketing* PT Indo Trans Teknologi pada tanggal 26 Januari 2024.
- 3) Penerimaan kerja magang divisi *marketing* di PT Indo Trans Teknologi dengan menerima Surat Perjanjian Magang yang dikirimkan oleh salah satu HRD PT Indo Trans Teknologi melalui e-mail pada tanggal 31 Januari 2024.

#### C. Proses Pembuatan Laporan Magang

- 1) Pembuatan laporan magang di bimbing oleh Ibu Theresia Lavietha Vivrie Lolita selaku dosen pembimbing.

U M W N  
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