

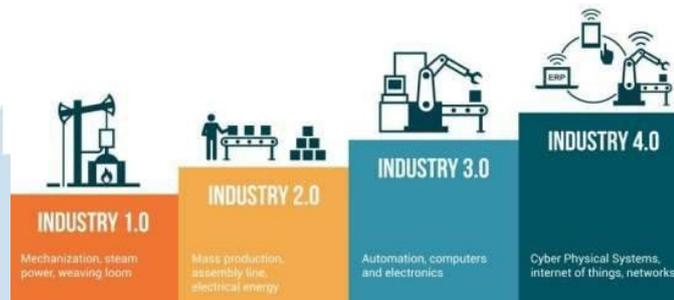
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri transportasi mengalami transformasi signifikan akibat revolusi industri 4.0, di mana teknologi informasi dan komunikasi mengubah cara perusahaan transportasi beroperasi secara mendasar. Majunya teknologi telah merubah cara masyarakat menjalankan aktivitas sehari-hari, baik secara langsung maupun tidak langsung, berdampak pada transformasi gaya hidup mereka. Transformasi ini mendorong masyarakat modern untuk cenderung menjadi lebih konsumtif, sebab mereka mengejar kenyamanan dalam segala aspek kehidupan dengan pendekatan yang lebih praktis, membantu mereka menghemat waktu dan menjaga produktivitas tanpa terganggu oleh kegiatan-kegiatan lainnya.

Industri 4.0 adalah bentuk industri yang menggabungkan teknologi otomatisasi dengan teknologi *cyber*, termasuk pertukaran data dalam proses manufaktur (Hermann, Pentek, & Otto, 2016). Revolusi industri 4.0 merujuk pada era industri digital di mana semua komponen bekerja sama dan berkomunikasi secara real-time, dimanapun dan kapanpun, dengan memanfaatkan Teknologi Informasi (TI) seperti internet, Internet of Things (IoT), dan Internet of Services (IoS), untuk menciptakan inovasi baru dan meningkatkan efektivitas dan efisiensi. Kemajuan teknologi transportasi telah berkembang pesat di negara-negara yang telah merangkul revolusi industri 4.0 lebih awal. Di Indonesia, kemajuannya masih pada tahap awal. Meskipun sejumlah kota telah memulai pengembangan konsep *smart city*, masih banyak kota lain yang tertinggal karena kekurangan infrastruktur transportasi dasar. (Saeni, SE, CIFP, M.Sc, 2020)



Gambar 1.1 Industri 4.0 pada Teknologi Transportasi

Sumber: (NN, 2022)

Keamanan transportasi menjadi salah satu aspek yang terlibat dengan evolusi industri 4.0 terutama dalam pendistribusian. Armada ekspedisi dan kendaraan operasional yang digunakan oleh pendistribusian memiliki permasalahan, seperti keamanan pengemudi, kondisi transportasi, lokasi transportasi dan lainnya. Hal tersebut mendukung Vehicle Management System (VMS) dan Transportation Management System (TMS) untuk dikelola penuh sebagai solusi permasalahan. VMS dan TMS memegang peranan penting dalam pengaturan kendaraan operasional (Greer, Lusch, & Vargo, 2016), karena menjamin kelancaran dan keefektifan dalam mengendalikan kendaraan operasional.

PT Indo Trans Teknologi (TransTRACK) menyediakan servis yang membantu dalam mengoptimalkan operasi armada dengan adanya VMS dan TMS. Sistem manajemen yang dilakukan TransTRACK secara efektif melakukan pemantauan terhadap transportasi dan pengemudi. Sedangkan TMS membantu dalam pemantauan lokasi pengiriman dan proses pengiriman. TransTRACK menyajikan solusi yang menyeluruh sepanjang rentang waktu penggunaan armada dengan tujuan mengurangi biaya, meningkatkan efisiensi operasional, memperbesar produktivitas, serta memperbaiki tingkat keberlanjutan bisnis. (NN, ND)

Laudon & Laudon menyatakan bahwa penggunaan jaringan digital dalam bisnis, yang disebut bisnis digital (*e-business*), semakin populer di kalangan pengusaha dengan memanfaatkan teknologi digital dan internet (Ayu & Lahmi, 2020). Bisnis digital ini melibatkan perdagangan barang dan jasa melalui platform media sosial, termasuk kegiatan seperti promosi, pemasaran, pengiriman, dan transaksi pembayaran yang dilakukan secara digital. Hal ini membantu dalam meningkatkan efisiensi biaya operasional, seperti biaya pengiriman dan sebagainya. (Wardhana, Hartini, & Sudirman, 2023)

Sebagai salah satu *e-business* dan perusahaan *supply chain integrator*, TransTRACK, membutuhkan adanya jalinan yang baik dengan konsumen maupun calon konsumen. Dengan penggunaan IoT, persebaran perusahaan dengan lebih mudah untuk menjangkau calon konsumen yang lebih luas. Platform media sosial telah menjadi salah satu aspek yang berperan penting dalam berbisnis. TransTRACK menggunakan berbagai macam platform media sosial dengan masing-masing target audiens dalam platform tersebut. Mulai dari Instagram hingga LinkedIn, TransTRACK memperkenalkan perusahaan serta produk mereka mulai dari konsep B2B hingga B2C. Instagram merupakan platform yang sangat aktif digunakan oleh TransTRACK dengan jenis konten *convert*, *education*, *entertain* dan lainnya. Pada platform tersebut TransTRACK memperkenalkan perusahaannya dengan meningkatkan *branding* perusahaan dalam bidang apa saja. Bidang automotif, teknologi, transportasi, dan logistik merupakan hal-hal yang ditonjolkan dalam konten mereka untuk mendapatkan ketertarikan yang luas dan sesuai dengan bidang.

Meskipun penyebaran konten TransTRACK melalui Instagram sangat aktif dan cepat dalam segala *update*, namun jenis konten yang digunakan oleh TransTRACK masih tergolong terlalu formal dan kurang fleksibel dibandingkan dengan kompetitor. Dimana saat ini perusahaan B2B sudah memperbarui media sosial mereka untuk terlihat lebih fleksibel dan menarik konsumen atau perusahaan lain secara semi-formal. Penggunaan tren menjadi salah satu kiblat bagi perusahaan untuk menarik perhatian atau penyebarluasan *awareness*, akan tetapi TransTRACK

masih belum dapat mengaplikasikan tren yang non-formal dalam pemilihan konten yang dipublikasikan. Perlu diketahui bahwa manfaat media sosial bagi perusahaan B2B sangatlah penting, terutama dengan kegunaan brand *awareness* untuk perusahaan. Tidak hanya berfokus pada *marketing* perusahaan saja, melainkan berpatok pada nilai komunikasi perusahaan agar tersampaikan kepada perusahaan lainnya. (Kinetic, 2018)

SEO di Indonesia memang kerap kali digunakan untuk kepentingan sebuah *brand* atau perusahaan, dimana pencarian kata kunci sangatlah penting untuk mempermudah pekerja untuk mendapatkan target yang lebih luas dan berkompeten secara tinggi. Namun sangat disayangkan, kondisi karier SEO saat ini masih tergolong keterbelakangan dibandingkan dengan negara-negara asia lainnya, seperti Thailand, Filipina, dan juga Singapura (Adieb, 2024). Dengan adanya itu, TransTRACK juga ikut serta dalam meningkatkan penggunaan *SEO Analytics* untuk membuktikan hasil dan target yang lebih baik dibandingkan dengan tidak mempergunakan SEO sebagai salah satu tahap pembuatan konten. TransTRACK sendiri merasakan konten akan mudah untuk meraih jangkauan luas dengan adanya SEO. Maka penting untuk diketahui bahwa SEO memiliki kegunaan yang dapat mengubah perspektif para pekerja dalam proses pembuatan konten mereka.

Menurut George E. Belch dan Michael A. Belch, *Event Marketing* merupakan salah satu bentuk perusahaan dalam mempromosikan merek mereka dengan cara memberikan suatu bantuan keuangan yang didukung dengan pekerja atau perorangan, kegiatan, hiburan, sosial (*public activity*) dan dapat menimbulkan timbal balik yang bersifat ketertarikan tinggi kepada perusahaan melalui pelanggan (Belch & Belch, 2001). *Event Marketing* merupakan salah satu *brand promotion* yang dilakukan oleh TransTRACK dengan tujuan untuk memperkenalkan dan memperlihatkan produk secara langsung kepada publik. Dalam menjalankan prospek *event*, perusahaan harus lebih bijak dalam menarik perhatian pelanggan dengan berbagai cara yang lebih unik dibandingkan dengan kompetitor untuk meningkatkan *brand awareness*. Dengan berinteraksi, presentasi produk yang baik, maka pengunjung atau calon pelanggan akan lebih tertarik.

TransTRACK melakukan pemasaran dalam *event* dengan keterampilan produk dan juga pekerja yang dapat berinteraksi dengan baik. Tidak hanya itu, TransTRACK juga memfokuskan praktik kerja dalam rangkaian *event* berjalan dapat dipersiapkan secara matang pada waktu sebelumnya.

Perlu diketahui bahwa posisi SEO Content Creator dan Event Specialist memang memiliki peran yang penting untuk TransTRACK dengan kegunaan dan perannya masing-masing.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Sebagai mahasiswa Komunikasi Strategis yang diberi kesempatan untuk menerapkan pengetahuan dalam SEO Content Creator dan Event Specialist selama kuliah, hal ini menjadi tantangan serta peluang baru untuk mengkaitkan dan menguji validitas teori-teori yang telah dipelajari. Penerapan pengetahuan ini merupakan kesempatan untuk memperoleh dan mendalami aspek-aspek yang tidak hanya bisa dipelajari melalui kegiatan belajar perkuliahan, terutama dengan lingkungan kerja dalam dunia SEO Content Creator dan Event Specialist.

Kegiatan magang di PT Indo Trans Teknologi dilaksanakan dengan tujuan untuk memahami dan memperoleh ilmu mengenai pembuatan konten yang bersifat informatif, bermanfaat, dan menarik bagi target audiens pada posisi SEO Content Creator dan Event Specialist. Dari pengalaman ini, diharapkan dapat memperoleh ilmu serta informasi baru mengenai marketing yang dijalankan dalam *Logistic Service Integrator*.

1. Mengetahui proses dan alur kerja sebagai SEO Content Creator dan Event Specialist di TransTRACK.
2. Mengasah skill sebagai SEO Content Creator dan Event Specialist dalam lingkungan bidang *Logistic Service Integrator*.
3. Mengimplementasikan materi mata kuliah *Social Media Marketing*, *Digital Strategic Communication*, dan *Special Event* yang telah dipelajari dengan mempraktikkan saat kerja magang.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

3.2.11 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas dimulai dengan proses pengajuan posisi Marketing di PT Indo Trans Teknologi pada tanggal 22 Januari 2024. Proses pengajuan yang dilakukan tersebut kemudian dilanjutkan dengan proses *interview* yang diajukan oleh Human Resources Manager TransTRACK pada 26 Januari 2024 bersama Head of Marketing Communication TransTRACK. Hasil dari rekrutmen yang berjalan diberitahukan di akhir berjalannya tahap *interview* oleh Head of Marketing Communication dan Human Resources Manager TransTRACK. Segala kontrak yang ditetapkan oleh TransTRACK diberikan dengan menggunakan surat keterangan yang dimulai dari 29 Januari 2024 hingga 2 Februari 2024.

Praktik kerja magang mulai dijalankan pada tanggal 5 Februari 2024 dengan durasi sekitar 4 bulan atau kurang lebih sebanyak 640 jam kerja. Jadwal kerja magang dijalankan dari hari Senin hingga Jumat, dimulai pukul 08.00 hingga 19.00 WIB dengan total 5 hari kerja dalam seminggu.

3.2.12 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN via Zoom *meeting*.
- 2) Mengisi KRS internship di myumn.ac.id dengan syarat telah menempuh 110 sks dan tidak ada nilai D & E. Serta meminta *request* transkrip nilai dari semester awal hingga semester akhir sebelum magang di www.gapura.umn.ac.id.
- 3) Memiliki kesempatan untuk mengajukan KM-01 lebih dari satu kali melalui pengisian Google Form di e-mail untuk verifikasi tempat magang yang memenuhi persyaratan dan mendapat persetujuan dalam bentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang) dari Kepala Program Studi.
- 4) Mengisi dan submit form KM-01 pada myumn.ac.id jika sudah mendapat perusahaan atau lembaga yang sesuai.

- 5) Selanjutnya, mengunduh form KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang), KM-05 (Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang), KM-06 (Penilaian Kerja Magang), KM-07 (Verifikasi Laporan Magang) untuk kebutuhan proses pembuatan laporan magang.

B. Proses Administrasi Kampus (UMN)

Proses pengajuan praktik kerja magang dengan mengisi form data diri pada LinkedIn pada tanggal 22 Januari 2024 yang diberikan oleh pihak PT Indo Trans Teknologi disertai dengan mengunggah Curriculum Vitae (CV).

C. Proses Administrasi Perusahaan (TransTRACK)

Proses penerimaan posisi SEO Content Creator & Event Specialist dikonfirmasi pada 26 Januari 2024 disertai dengan *interview* bersama pihak PT Indo Trans Teknologi.

D. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai SEO Content Creator & Event Specialist pada tim Marketing.
- 2) Penerapan sistem kerja yang bersifat Hybrid, dimana diperintahkan untuk bekerja di kantor atau Work From Office (WFO) sebanyak dua kali dan Work From Home (WFH) sebanyak 3 kali dalam seminggu.
- 3) Work From Office (WFO) dilaksanakan di Menara 165, Jl. TB Simatupang No.Kav 1 Lantai 6, Cilandak Tim., Kec. Cilandak, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12560.
- 4) Menerapkan posisi dalam tim Marketing sebagai SEO Content Creator pada 2 bulan pertama dan akan bergantian posisi dengan salah satu karyawan magang dengan posisi Event Specialist.
- 5) Penugasan dan kebutuhan informasi, didampingi langsung oleh Terryus Wijaya selaku Head of Marketing TransTRACK dan Pembimbing Lapangan.
- 6) Pengisian dan penandatanganan form KM-03 sampai KM-07 dilakukan pada saat proses praktik kerja magang berlangsung dan mengajukan lembar

penilaian kerja magang (KM-06) kepada Pembimbing Lapangan pada akhir periode magang.

E. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

- 1) Pembuatan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Anton Binsar selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan Google Meet.
- 2) Laporan praktik kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.

F. Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui diajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang.

