

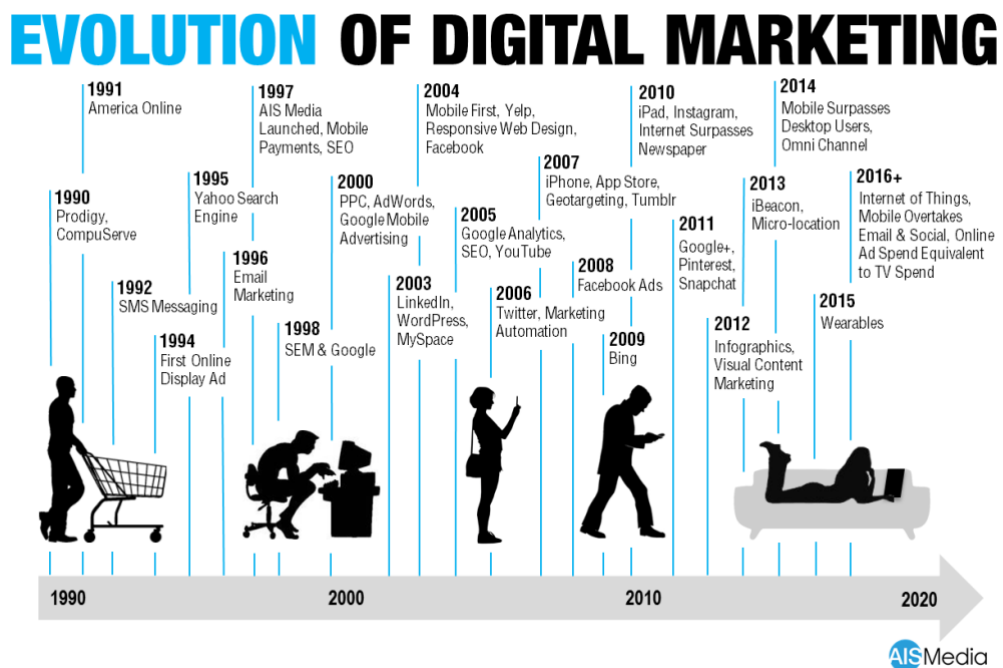
BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

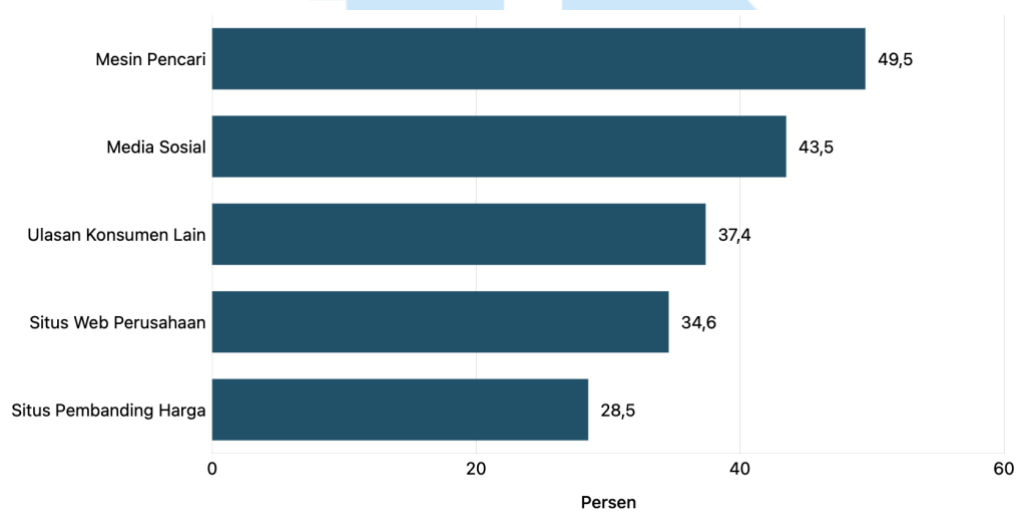
Pemasaran merupakan aspek penting yang dilakukan oleh individu maupun kelompok dalam memperoleh suatu manajerial yang dibutuhkan dan diinginkan oleh suatu perusahaan. Hal tersebut dapat dilakukan melalui pertukaran timbal balik, penciptaan, serta nilai dari orang lain (Armstrong & Kotler, 2022, p.29).

Di kehidupan era digital saat ini, pemasaran telah dimudahkan oleh kecanggihan digital yang begitu praktis untuk digunakan. Pemasaran ini sering disebut dengan *digital marketing*, karena menggunakan *media digital* untuk melakukan pemasaran. *Digital marketing* merupakan penerapan *media digital*, data, dan teknologi yang melekat dengan komunikasi pemasaran tradisional untuk mencapai target pemasaran yang dituju (Chaffey & Ellis, 2022, p.5).



Gambar 1.1 Evolusi *Digital Marketing*
Sumber: (Rammohan, 2017)

Dilihat dari gambar 1.1, seiring berjalannya waktu *digital marketing* terus berevolusi hingga saat ini *digital marketing* menjadi semakin lebih mudah dan efektif untuk digunakan. Bahkan, pekerja dapat melakukan *digital marketing* dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja, tanpa perlu pergi ke kantor, karena kini telah dimudahkan dengan adanya perkembangan *gadget* yang membantu pekerja dalam melakukannya (Rammohan, 2017).



Gambar 1.2 Saluran *Media Digital* yang Paling Banyak Diakses Konsumen (Januari 2022)
Sumber: (Ahdiat, 2022)

Kini, lima *media digital* yang paling sering diakses oleh konsumen adalah mesin pencari, media sosial, ulasan konsumen lain, situs perusahaan, dan situs pembandingan harga (Ahdiat, 2022). Dengan adanya data pada gambar 1.2 dapat memacu pada hasil riset *Pure Storage* berjudul *Evolution* yang menyatakan bahwa 70% dari 200 perusahaan di Indonesia memperoleh sebagian besar pendapatannya dari teknologi digital dan terdapat 79% perusahaan di Indonesia percaya bahwa layanan digital dapat mempercepat inovasi perusahaan (Supriadi, 2017). Kebanyakan perusahaan yang sudah mengenal dan menerapkan *digital marketing*, telah mengendalikan berbagai bentuk *media digital* untuk keperluan perusahaan dan dikenal sebagai media yang dimiliki, antara lain situs web, daftar email, serta media sosial. Teknik-teknik tersebut digunakan sebagai pendukung tujuan perusahaan dalam memperoleh target pasar yang telah ditentukan dan memberikan

layanan pada pelanggan lama untuk mempertahankan hubungan (Chaffey & Ellis, 2022, p.6).

Salah satu perusahaan di Indonesia yang menggunakan *digital marketing* dalam membantu keefektifan jalannya perusahaan adalah PT My Icon Technology. PT My Icon Technology merupakan anak perusahaan PT Synnex Metrodata Indonesia, dibawah naungan PT Metrodata Electronics Tbk yang bergerak dibidang teknologi informasi dan komunikasi. Perusahaan sangat memanfaatkan intensitas dari platform bisnis digital, layanan cloud, data dan analitik yang besar, aplikasi bisnis, infrastruktur IT hybrid, keamanan IT, dan lain sebagainya termasuk teknologi-teknologi terbaru seperti AI. PT Metrodata Electronics Tbk sendiri memiliki tujuan, yaitu membantu customernya untuk beradaptasi dalam dunia digital (Metrodata Electronics, 2022). Selain membantu *customer* untuk beradaptasi dalam dunia digital, pekerja disana juga dibiasakan untuk beradaptasi dengan dunia digital, seperti contohnya menggunakan media digital dalam membantu menyelesaikan pekerjaannya. Media digital yang digunakan yaitu media sosial, *website*, email, dan aplikasi seluler. Oleh karena itu, divisi *digital marketing intern* dibutuhkan oleh PT My Icon Technology dalam membantu mempromosikan konten pada media digital perusahaan. *Digital marketing* merupakan proses pemasaran yang dilakukan menggunakan media digital. Dalam melaksanakan praktik kerja magang, terdapat beberapa pekerjaan, yaitu *content creating*, *copywriting*, dan *event management*.

Beberapa hal inilah yang membuat adanya Keputusan dalam memilih PT My Icon Technology sebagai tempat magang, agar lebih memahami mengenai aktivitas *digital marketing intern* dan pengimplementasiannya pada perusahaan.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang memiliki tujuan dalam mendapatkan gambaran mengenai aktivitas *digital marketing* pada PT My Icon Technology. Aktivitas pelaksanaan magang ini memiliki tujuan, yaitu:

1. Mengetahui pekerjaan sebagai *Digital Marketing Intern* dalam divisi *Marketing Communication*.
2. Mengetahui kendala yang muncul pada dunia kerja dan solusi untuk mengatasi hal yang sedang terjadi.
3. Menambah dan mendapatkan wawasan, pemahaman, relasi, serta pengalaman di tempat magang.

1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Waktu pelaksanaan kerja magang dilaksanakan sesuai dengan prosedur yang telah ditentukan oleh pihak Universitas Multimedia Nusantara, yaitu sebagai *digital marketing internship* di PT My Icon Technology selama 640 jam atau setara dengan 80 hari kerja.

Pelaksanaan kerja magang ini dimulai dari tanggal 15 Januari 2024 hingga 14 Juni 2024, namun telah memenuhi syarat 640 jam sejak 24 Mei 2024. Kerja magang ini dilaksanakan secara luring atau *work from office*. Namun tidak menutup kemungkinan untuk secara *work from home* dan *work from anywhere*, apabila terdapat bimbingan magang ataupun dilaksanakan di luar kantor, apabila terdapat *event* yang diadakan di luar kantor. Hari dan jam kerja yang telah disepakati serta mengikuti prosedur yang telah ditentukan oleh perusahaan, yaitu Senin hingga Jumat, pukul 8.00-17.00 WIB.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Prosedur pelaksanaan kerja magang telah sesuai dengan linimasa yang ditetapkan oleh pihak kampus. Proses magang ini dilakukan secara mandiri dalam mencari tempat magang yang telah sesuai dengan klasifikasi. Berikut adalah prosedur pelaksanaan kerja magang yang telah dilalui:

1. Menghadiri *briefing* magang Fakultas Ilmu Komunikasi yang diselenggarakan pada Rabu, 13 Desember 2023 secara luring. *Briefing* ini bersifat wajib bagi mahasiswa yang hendak mengikuti *internship track 1*.

2. Mengajukan *Curriculum Vitae* (CV) kepada PT My Icon Technology pada 20 Desember 2023.
3. Mengajukan Formulir Pengajuan Kerja Magang (KM-01) kepada pihak Universitas Multimedia.
4. Melaksanakan proses interview secara daring pada 4 Januari 2024.
5. Mendapatkan surat penerimaan magang yang dikirimkan langsung oleh perusahaan pada 5 Januari 2024.
6. Mendapatkan persetujuan dari pihak kampus dan mendapatkan KM02 pada 11 Januari 2024.
7. Melakukan praktik kerja magang di PT My Icon Technology mulai dari 15 Januari 2024.
8. Meminta penilaian kerja magang dari supervisor selaku pembimbing lapangan dari perusahaan.
9. Menyusun laporan magang yang dipandu oleh dosen pembimbing.

