

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **I.1 Latar Belakang**

Pada era sekarang perlu dibutuhkan tenaga kerja yang terampil, handal dan kompeten di bidangnya. Namun kenyataannya perusahaan seringkali kesulitan mencari tenaga kerja yang sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan terutama saat terjun ke lapangan langsung. Hal ini sering menjadi pertimbangan bagi para tenaga kerja ataupun perusahaan.

Penyebab utama dari permasalahan ini adalah tenaga kerja yang belum pandai beradaptasi di lingkungan kerja yang keras dan kurangnya pengalaman kerja di lapangan. Perubahan dari studi akademik ke dunia pekerjaan dirasa sangat berbeda, hal ini merupakan kendala utama bagi calon tenaga kerja. Selain itu, kurangnya pengetahuan yang diterima selama masa kuliah juga menjadi faktor utama dalam mereka beradaptasi. Waktu empat tahun selama menuntut ilmu tidaklah cukup untuk dapat mempelajari dan mempersiapkan segala sesuatunya untuk dapat menjadi tenaga kerja ahli.

Pengalaman juga menjadi faktor penting untuk bisa menjadi tenaga ahli yang handal dan berkompeten, karena itu calon tenaga kerja dituntut untuk bisa beradaptasi dan mengoptimalkan kemampuan diri sehingga mereka dapat

bersaing di tengah perkembangan teknologi yang cukup pesat sekarang ini. Salah satunya yaitu perkembangan teknologi komunikasi dimana membawa dampak yang sangat besar terutama di era digital.

Dampak yang pertama ialah penyebaran informasi yang cepat. Perkembangan teknologi juga memberikan dampak positif pada penyebaran informasi. Kehadiran internet membuat penyebaran informasi terjadi dengan sangat cepat bahkan *real time*. Apa yang terjadi detik ini di belahan bumi lain dapat secara langsung Anda ketahui saat itu juga. Kedua, munculnya media sosial. Media Sosial yang saat ini banyak dipakai masyarakat ialah Instagram, Tiktok, Facebook dan Twitter. Adanya media sosial pun sangat membantu karena membantu mengetahui hal apa yang sedang *trending* dimana tentunya akan mempermudah promosi barang dan jasa. Ketiga, mempermudah pekerjaan. Semakin berkembangnya zaman, semakin banyak pula yang memerlukan lapangan kerja. Hal ini bisa membuka lapangan kerja baru sehingga meminimalisir pengangguran.

Terkait perkembangan teknologi informasi, dunia pemasaran pun juga tumbuh dengan pesat terutama dunia *Digital Marketing* atau Pemasaran Digital. Digital marketing dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran atau promosi suatu merek atau brand produk atau jasa yang dilakukan melalui media digital. Tujuan pemasaran ini adalah menjangkau sebanyak-banyaknya pelanggan dengan cara yang efisien dan relevan. Salah satu perusahaan yang

sedang gencar melakukan promosi *digital marketing* adalah Amithya *Corporate*. Amithya *Corporate* adalah kepala perusahaan yang memiliki banyak cabang seperti Amithya *Hotels and Resort*, Amithya *Institute* dan Amithya *Foundation*.

## **I.2 Bidang Kerja Praktek**

Peran digital marketing pada konten sosial media di Amithya *Corporate*

## **I.3 Tujuan Kerja Praktek**

### **1. Tujuan bagi Mahasiswa**

- a. Untuk menumbuhkan dan memantapkan sikap profesional dan kedisiplinan dalam diri mahasiswa, kerja praktek dalam dunia kerja yang penuh dengan tantangan
- b. Untuk memperoleh secara langsung dalam penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi informasi didunia pendidikan pada dunia industri.
- c. Melatih kemampuan analisa permasalahan yang ada di lapangan berdasarkan teori yang telah dipelajari dan didapat pada bangku perkuliahan
- d. Menambah wawasan tentang dunia kerja sehingga nantinya ketika terjun ke dunia kerja dapat beradaptasi diri dengan cepat dan tepat.
- e. Untuk melengkapi salah satu syarat kelulusan.

## 2. Tujuan bagi Fakultas

- a. Untuk meningkatkan kualitas dan pengalaman lulusan yang terampil profesional di bidang komunikasi.
- b. Untuk menjalin mitra kerja dengan instansi atau perusahaan.

### **I.4 Manfaat Kerja Praktek**

1. Bagi Mahasiswa, dapat memahami lebih dalam tentang dunia kerja dengan segala permasalahan yang dihadapi, dapat menganalisa sistematika kerja perusahaan dalam menangani setiap proyeknya, serta menjadi bekal yang baik ketika penulis akan terjun ke dunia kerja.
2. Bagi Fakultas Ilmu Komunikasi, agar dapat menghasilkan sumber daya manusia yang berkompeten dan siap kerja serta sebagai media dalam menjalin hubungan kerja sama dengan *Amithya Corporate* dalam rangka pengembangan pendidikan, sekaligus menyumbangkan ilmu pengetahuan dan pengalaman bagi civitas akademik.
3. Bagi *Amithya Corporate*, Laporan Kerja Praktek ini diharapkan dapat menjadi masukan yang berarti untuk memperbaiki kinerja perusahaan dan menguraikan sejumlah permasalahan yang belum diketahui selama ini.

4. Bagi Pembaca, agar laporan kerja praktek ini dapat dijadikan acuan yang berarti serta sumber inspirasi yang bermanfaat di kemudian hari.

## **I.5 Tinjauan Pustaka**

### **I.5.1 Digital Marketing**

*Digital marketing* dapat diartikan sebagai kegiatan pemasaran atau promosi suatu merek atau brand produk atau jasa yang dilakukan melalui media digital. Tujuan pemasaran ini adalah menjangkau sebanyak-banyaknya pelanggan dengan cara yang efisien, relevan, dan efisien. Peran *digital marketing* berguna untuk menghubungkan kedua pihak dalam pemasaran, baik calon konsumen maupun perusahaan. Apabila mereka sudah berhasil menjalin komunikasi, tentu saja kegiatan jual beli produk akan mudah dilakukan. Menurut Dave Chaffey (Yacub & Mustajab, 2020) *digital marketing* merupakan pemasaran digital, memiliki arti sama dengan pemasaran elektronik (*e-marketing*). Pemasaran digital secara sederhana dapat didefinisikan sebagai: Mencapai tujuan pemasaran melalui penerapan teknologi dan media digital (Chaffey, 2016 p.11). *Digital marketing* adalah penerapan teknologi digital yang membentuk saluran online (Chanel Online) ke pasar (*Website, E-mail, database, digital TV* dan berbagai inovasi terbaru. Termasuk *blog, feed podcast* dan jejaring sosial bertujuan memberikan kontribusi kegiatan pemasaran, untuk mendapat keuntungan membangun dan mengembangkan hubungan dengan pelanggan. Pemasaran sesuatu yang penting

dalam usaha atau bisnis, pemasaran berperan besar menginformasikan dan menyampaikan barang atau jasa yang diproduksi oleh perusahaan kepada konsumen.

Keterkaitan *digital marketing* dan sosial media sangat penting pada masa sekarang, dikarenakan dengan sekali klik kita bisa membeli barang, atau memasarkan barang. *Digital marketing* berkaitan dengan teknologi digital yang didalamnya berhubungan dengan komunikasi untuk mencapai tujuan pemasaran. Semakin memperdalam literasi terhadap teknologi informasi, memudahkan kita mendapatkan barang atau jasa secara mudah.

Manfaat secara umum melakukan digital marketing di antaranya adalah meningkatkan penjualan, menyebarkan *awareness*, serta meningkatkan *traffic website* dan sosial media.

### **I.5.2 Content Marketing**

Perkembangan dunia pemasaran semakin meluas, terlebih dengan munculnya berbagai cara dalam melakukan berbagai strategi pemasaran. Saat ini, komunikasi pemasaran tidak hanya dilakukan melalui cara yang konvensional, namun ada cara lain yang digunakan, yakni penerapan *content marketing*. Menurut (Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, 2019 p.121), content marketing adalah pendekatan pemasaran yang melibatkan pembuatan, kurasi, distribusi, dan

dapat memperkuat konten tersebut menjadi menarik, relevan, serta bermanfaat bagi kelompok spesifik agar menciptakan pembahasan mengenai konten.

Prinsip *content marketing* adalah menawarkan konten di media cetak maupun media digital, yang relevan dengan target pasar. Konsekuensinya, konten harus didesain secara khusus sesuai kebutuhan target market. Situasi ini kemudian memunculkan fenomena “*media rent to media own*”. Content marketing dalam hal ini memiliki arti sebagai kegiatan pemasaran yang menyajikan konten sebagai hal yang utama dalam melakukan *branding* ataupun memasarkan produk. Salah satu wadah ataupun tempat pengelolaan *content marketing* yaitu media sosial. (Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, 2019 p.122) menjelaskan bahwa media sosial telah memainkan peran utama dalam perubahan dunia pemasaran.