

# **BAB 1. PENDAHULUAN**

## **1.1. LATAR BELAKANG**

Perkembangan teknologi informasi semakin pesat, memiliki dampak positif dan negatif yang dapat dirasakan oleh berbagai kalangan, termasuk juga perusahaan. Banyak dari kalangan perusahaan berlomba-lomba memanfaatkan teknologi informasi untuk meningkatkan komunikasi bisnis mereka guna mencapai target pasar yang diinginkan. Salah satunya ialah komunikasi pemasaran (*Marketing Communication*) yang digunakan oleh perusahaan media online dan cetak Malang Post guna memasarkan produk bisnis mereka dalam dunia pasar.

Malang Post adalah perusahaan media online dan cetak koran lokal Malang yang mulai terbit pada tanggal 1 Agustus 1998. Sejak pertama terbit, koran ini menempatkan diri sebagai koran dengan muatan lokal yang lebih banyak. Malang Post memuat berita lokal Malang Raya (yaitu Kota Malang, Kabupaten Malang dan Kota Batu) sebagai sajian utama. Redaksi pernah dipimpin oleh Husnun N. Djuraid, kini dipimpin oleh Sunavip Ra Indrata. Saat ini Malang Post memiliki beberapa divisi, salah satunya adalah divisi *Marketing Communication*. *Marketing Communication* Malang Post merupakan strategi pemasaran pada koran yang meliputi pemasangan iklan, pemasaran langsung, dan *branding*.

Dalam dunia jurnalistik, perkembangan teknologi dapat menjadi hal yang positif. Proses penyampaian berita atau informasi kepada masyarakat menjadi lebih mudah dan cepat tanpa adanya batasan jarak dan waktu. Hal ini didukung dengan perkembangan akses internet yang semakin pesat, sehingga setiap orang di dunia dapat mengakses atau memberikan informasi secara real time (tanpa adanya jeda waktu). Cukup dengan menggunakan sebuah *smartphone* dan PC yang mempunyai akses internet, pembaca dapat menikmati berbagai informasi mengenai iklan produk yang tertera dalam berita. Semakin banyak iklan yang dilihat oleh pembaca, maka semakin banyak pula ketertarikan *brand* lain untuk memasang iklan di media online dan cetak tersebut. Hal tersebut tentu akan meningkatkan pendapatan

perusahaan. Namun selama ini *marketing* pemasangan iklan hanya dilakukan secara manual tanpa ada sistem informasi untuk memasarkannya.

Maka dari hal itu, penting bagi perusahaan untuk memanfaatkan teknologi informasi guna meningkatkan strategi komunikasi perusahaan dalam dunia pasar dengan menggunakan suatu sistem informasi yang dapat diakses secara online dengan berbasis website. Tampilan website yang memfokuskan agar pengguna dapat mengakses informasi mengenai divisi *Marketing Communication* dengan mudah. Pengguna yang dimaksud adalah partner yang telah bekerjasama dengan divisi *Marketing Communication* sebelumnya dan calon partner selanjutnya.

## **1.2. Tujuan dan Manfaat**

### **1.2.1. Tujuan Umum PKL**

Tujuan Praktek Kerja Lapangan (PKL) secara umum adalah meningkatkan pengetahuan dan keterampilan serta pengalaman kerja mengenai kegiatan perusahaan. Serta mengembangkan wawasan, keterampilan, dan pengalaman kerja sesuai dengan keahlian yang dimiliki di dalam dunia perindustrian.

### **1.2.2. Tujuan Khusus PKL**

Tujuan khusus kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL) ini adalah :

- a) Meningkatkan pengetahuan terkait perkembangan IT khususnya di dalam dunia perindustrian.
- b) Membangun website *Marketing Communication* di Malang Post.

### **1.2.3. Manfaat PKL**

#### **a. Bagi mahasiswa**

- 1) Memiliki keterampilan dan pengalaman mengerjakan pekerjaan lapangan, dan sekaligus melakukan serangkaian keterampilan dalam bidang IT.
- 2) Meningkatkan kematangan diri untuk menghadapi dunia kerja.
- 3) Meningkatkan pemikiran yang kritis serta nalar yang logis terhadap kegiatan yang dikerjakan.

- 4) Menumbuhkan sikap kerja yang berkarakter.
- b. Bagi Institusi Pendidikan
- 1) Memperkenalkan instansi pendidikan Program Studi Teknik Informatika Jurusan Teknologi Informasi Politeknik Negeri Jember kepada Malang Post.
  - 2) Sebagai bahan evaluasi kurikulum yang telah diterapkan serta menemukan penyesuaian dengan kebutuhan tenaga kerja yang kompeten di bidangnya.
  - 3) Meningkatkan kualitas dan pengalaman lulusan yang dihasilkan.
- c. Bagi Perusahaan
- 1) Sebagai sarana kerjasama antara perusahaan dengan Jurusan Teknologi Informasi Politeknik Negeri Jember dimasa mendatang
  - 2) Dapat saling bertukar informasi perkembangan teknologi antara institusi pengguna teknologi dengan lembaga perguruan tinggi.