

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejauh ini, internet telah digunakan di berbagai negara di dunia. Internet mulai masuk ke Indonesia antara tahun 1992 hingga 1994 dan kini telah merambah ke berbagai bidang kehidupan manusia. Internet bahkan telah menjadi kebutuhan dalam berbagai kegiatan sehari-hari, hingga muncul anggapan tanpa internet, segala hal menjadi tidak dapat untuk dilakukan. Perkembangan internet memiliki pengaruh lain dalam bidang pemasaran, dimana internet menjadi media baru bagi konsumen dalam mencari produk maupun jasa, baik informasi yang diberikan oleh penjual maupun informasi yang diberikan oleh orang lain. Marketing kini berkembang bentuknya menjadi lebih modern yaitu digital marketing. Kegiatan marketing yang telah bergeser dari dunia nyata ke dunia maya merupakan pendorong dari pesatnya perkembangan internet dan perilaku konsumen yang semakin berbasis pada perangkat canggih. Sifat interaktif pemasaran internet dalam memberikan respon yang cepat adalah keunggulan dari pemasangan iklan di Internet. Iklan melalui internet tidak hanya mengacu pada pemasaran di internet tetapi juga mengacu pada pemasaran melalui *email* dan media nirkabel.

Kemunculan *web 2.0* pada tahun 2004 yang mewakili generasi kedua dari layanan berbasis *web* seperti Wikipedia, situs jejaring social dan lain lain, menekankan pada kolaborasi *online* dan tampilan antarmuka pengguna. Dengan perkembangan *web 2.0* dan situs jejaring sosial seperti *facebook*, *blogger*, *twitter*, *tumblr*, dan masih banyak lagi, mendorong banyak pengiklan untuk beralih ke *media online*. Hal ini ditambah pula dengan situs-situs jejaring social yang banyak diminati dan secara intens dikunjungi oleh para anggotanya. Di masa lalu, iklan cetak dan elektronik banyak digunakan sebagai media periklanan, tetapi karena biaya operasional menjadi lebih mahal karena kenaikan harga dan krisis global yang berulang, Iklan melalui internet muncul sebagai pilihan alternative bagi pengiklan yang ingin berhemat, tetapi iklan mereka tepat sasaran.

PT. Piranhas Group adalah suatu perusahaan yang bergerak dibidang internet marketing yang memanfaatkan internet sebagai sarana penyampaian informasi dan promosi produk. Salah satu produk dari Piranhas Group adalah buku kuliner, selimut hotel, sprei hotel dan buku marketing. Untuk mendukung bisnis mereka, Piranhas Group menggunakan media sosial dan web gratis seperti facebook, twitter, instagram, youtube, slideshare, linkedin, tumblr, blogspot, wordpress, dan masih banyak lainnya.

Konten interaktif dan Teknik serta Strategi pemasaran diperlukan untuk membuat konsumen ingin berinteraksi dengan suatu brand atau merk. Jika konten telah berhasil mengajak konsumen mau terlibat di dalamnya, maka tidak diragukan bahwa konten tersebut juga memiliki kekuatan untuk membantu penjualan dan menaikkan pendapatan pada bisnis yang kita kelola. Konten interaktif yang sudah memiliki relevansi yang kuat dengan para audiensnya memiliki dampak positif pada sebuah *brand* tersebut. Dan dari nilai saling berbagi tersebut akan membuat lebih banyak mata yang akan melihat konten tersebut untuk terus menjangkau lebih banyak konsumen potensial tanpa meminta dana tambahan bagi perusahaan.

1.2 Tujuan dan Manfaat

1.2.1 Tujuan Umum PKL

Tujuan Praktek Kerja Lapangan (PKL) secara umum di PT. Piranhas Group adalah :

1. Meningkatkan pengetahuan, keterampilan, serta pengalaman kerja mengenai internet marketing.
2. Melatih agar lebih kritis terhadap perbedaan atau kesenjangan yang kita jumpai di lapangan dengan yang diperoleh di bangku kuliah.
3. Mengembangkan keterampilan tertentu yang didapat selain di kampus.

1.2.2 Tujuan Khusus PKL

Secara khusus tujuan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT. Piranhamas Group Malang, adalah :

1. Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan serta pengalaman kerja bagi Mahasiswa mengenai kegiatan perusahaan/industri/instansi dan unit bisnis strategis lainnya layak dijadikan tempat PKL.
2. Memberikan kesempatan bagi Mahasiswa untuk memantapkan keterampilan dan pengetahuannya untuk menambah kepercayaan dan kematangan diri.
3. Melatih Mahasiswa agar lebih kritis terhadap perbedaan atau kesenjangan (gap) yang mereka jumpai di lapangan dengan yang diperoleh di bangku kuliah.
4. Mengembangkan wawasan dan pengalaman dalam melakukan pekerjaan yang sesuai dengan keahlian yang dimiliki.

1.2.3 Manfaat PKL

Manfaat dari Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT. Piranhamas Group Malang, adalah sebagai berikut:

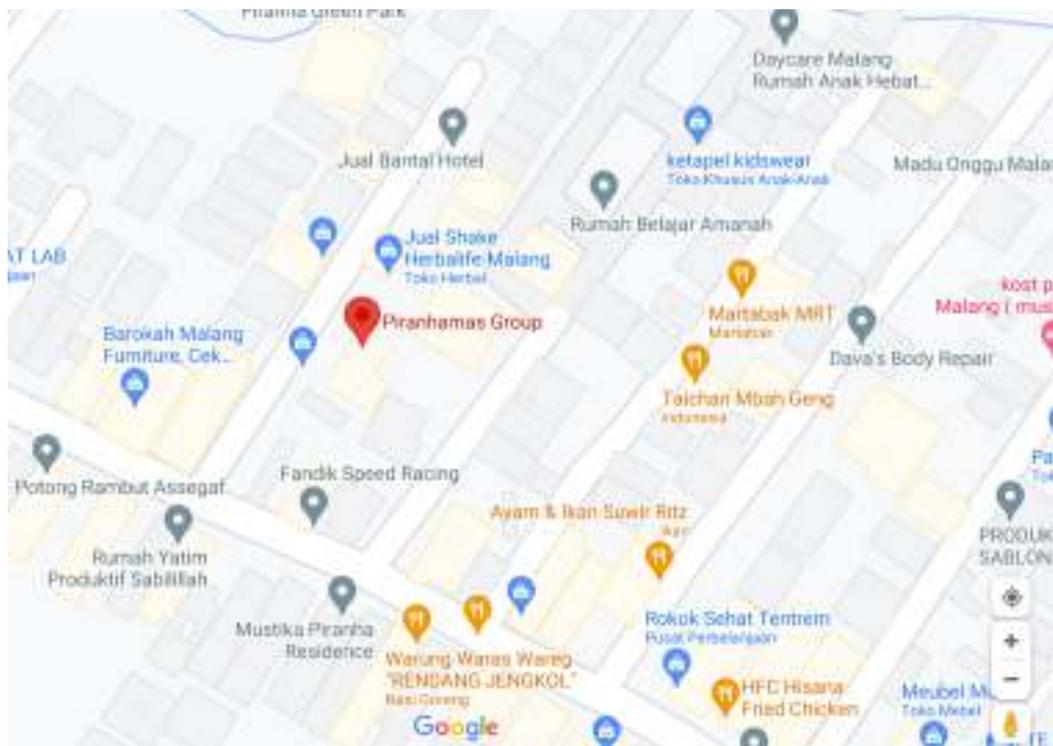
1. Memperdalam dan meningkatkan keterampilan dan kreativitas diri dalam lingkungan yang sesuai dengan disiplin ilmu yang dimiliki.
2. Dapat menyiapkan langkah-langkah yang diperlukan untuk menyesuaikan diri dalam lingkungan kerjanya di masa mendatang.
3. Menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman selaku generasi yang di didik untuk siap terjun langsung di masyarakat khususnya di lingkungan kerjanya.

1.3 Lokasi dan Jadwal Kerja

1.3.1 Lokasi Kerja

Lokasi kegiatan pada Praktek Kerja Lapang ini dilaksanakan di PT.Piranhamas Group Jl Ikan Piranha Atas V/1, Malang, Kode pos 65142.

Berikut merupakan peta lokasi pelaksanaan Praktik Kerja lapang (PKL).



Gambar 1.1 Peta lokasi PKL

1.3.2 Jadwal Kerja

Praktek Kerja Lapang ini dilaksanakan mulai Tanggal 14 September 2020 sampai dengan Tanggal 11 Desember 2020. Adapun jam kerja yang telah ditetapkan oleh PT. Piranhamas Group, hari kerja hari senin sampai dengan hari jum'at mulai pukul 08.00 – 15.00 WIB.

1.4 Metode Pelaksanaan

1.4.1 Metode Pelaksanaan Dosen Pembimbing

Metode yang dilaksanakan untuk kerja praktek adalah sebagai berikut :

- a. Observasi
Mahasiswa melakukan observasi tempat praktek kerja lapang mengenai kondisi, keadaan, dan kegiatan tempat praktik kerja lapang.
- b. Interview
Melakukan diskusi dan wawancara dengan Pembimbing Lapang mengenai hal-hal yang berkaitan dengan kebutuhan untuk pemanfaatan Web 2.0. Pembuatan konten marketing dengan menggunakan Teknik *Copywriting*.
- c. Studi Pustaka
Mencari referensi dan literatur tentang cara pembuatan konten untuk diunggah di berbagai Media Social.
- d. Dokumentasi Buku Kerja Praktek Mahasiswa
Mahasiswa melaporkan kegiatan sehari-hari di tempat PKL (Praktek Kerja Lapang) dengan mengisi Buku Kerja Praktek Mahasiswa (BKPM) pada saat melaksanakan PKL.

1.4.2 Metode Pelaksanaan Pembimbing Lapangan

Metode yang dilaksanakan untuk pelaksanaan PKL (Praktek Kerja Lapangan) yang dibimbing oleh Dosen Pembimbing yaitu :

1. Pengumpulan data untuk kebutuhan yang akan digunakan untuk pemasaran sebuah lembaga pelatihan agar dapat dibaca mesin dan dipahami pengguna.
2. Melakukan riset kata kunci yang berbeda di Google Trends, Google.co.id, Keywordtool.io dan Google Keyword Planner untuk keperluan pembuatan username dan title.
3. Memenuhi kaidah yang telah ditetapkan untuk internet marketing.
4. Melakukan optimasi.