

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemunculan *web* 2.0 pada tahun 2004 yang merupakan generasi kedua layanan berbasis *web* seperti Wikipedia, situs jejaring social dan lain lain, menekankan pada kolaborasi *online* dan tampilan antarpengguna. Dengan berkembangnya *web* 2.0 serta situs jejaring social seperti *facebook*, *blogger*, *medium*, *tumblr*, dan lain lain, membuat banyaknya pemasang iklan beralih ke *media online*. Jika dahulu iklan cetak dan elektronik merupakan media pengiklan yang banyak digunakan, namun seiring semakin mahalnya biaya operasional akibat kenaikan harga dan krisis global yang terjadi berulang kali, maka beriklan melalui internet menjadi pilihan alternative bagi para pengiklan yang ingin berhemat namun iklannya tepat tujuan.

Pemasaran melalui media social biasanya berpusat pada upaya membuat konten yang menarik perhatian, dan mendorong pembaca untuk berbagi dengan jejaring social mereka (Hoga Saragih, n.d.). Diperlukan konten interaktif guna untuk mengajak konsumen mau terlibat dengan sebuah *brand*. Ketika sebuah konten telah berhasil mengajak konsumen mau terlibat di dalamnya, maka tidak diragukan lagi apabila konten tersebut juga memiliki kekuatan untuk membantu penjualan dan menaikkan pendapatan pada bisnis yang dikelola. Konten interaktif yang sudah memiliki relevansi yang kuat dengan para audiensnya akan berdampak positif bagi suatu *brand* tersebut. Dan dari nilai saling berbagi tersebut, semakin banyak mata yang akan menyaksikan konten tersebut dan membuatnya dapat terus mencapai lebih banyak konsumen potensial tanpa harus membebankan dana tambahan bagi perusahaan.

Piranhamas Group adalah suatu perusahaan yang bergerak dibidang internet marketing yang memanfaatkan internet sebagai media penyampaian informasi dan promosi produk. Salah satu produk dari Piranhamas Group yaitu sandal hotel. Dalam menunjang bisnisnya, Piranhamas Group menggunakan fitur – fitur media sosial dan web gratis seperti Facebook, Twitter, Instagram, Youtube,

Pinterest, Slideshare, LinkedIn, Tumblr, Blogspot, Wordpress, dan masih banyak lainnya.

Pinterest merupakan salah satu platform yang dapat digunakan sebagai media pemasaran produk ataupun jasa. Keunggulan platform Pinterest dalam memasarkan produk dibanding platform yang lainnya yakni Pinterest mudah muncul pada halaman pertama Google. Yang dapat diartikan produk yang diiklankan di Pinterest lebih berpeluang tinggi dikunjungi dan diklik banyak pengguna. Dan Pinterest merupakan platform yang paling banyak dikunjungi pada era ini dikarenakan berisi konten – konten yang sangat menarik dan menginspirasi.

Dengan mempertimbangkan beberapa hal tersebut, penulis memutuskan untuk menggunakan platform Pinterest sebagai media pemasaran produk atau jasa pada laporan ini.

1.2 Tujuan dan Manfaat

1.2.1 Tujuan Umum PKL

Tujuan Praktek Kerja Lapangan (PKL) secara umum di Piranhamas Group adalah meningkatkan pengetahuan, keterampilan, serta pengalaman kerja mengenai internet marketing. Selain itu, tujuan dari PKL adalah melatih agar lebih kritis terhadap perbedaan atau kesenjangan yang kita jumpai di lapangan dengan yang diperoleh di bangku kuliah. Dengan demikian mahasiswa diharapkan mampu mengembangkan keterampilan tertentu yang didapat selain di kampus.

1.2.2 Tujuan Khusus PKL

Tujuan Praktek Kerja Lapangan (PKL) secara khusus di Piranhamas Group adalah bagaimana cara memanfaatkan berbagai media sosial dan website yang tidak berbayar sebagai media pemasaran dan promosi agar lebih dikenal dikalangan masyarakat. Secara khusus tujuan Praktek Kerja Lapangan (PKL), ialah :

- a. Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan serta pengalaman kerja bagi mahasiswa mengenai kegiatan

perusahaan/industri/instansi dan unit bisnis strategis lainnya layak dijadikan tempat PKL.

- b. Memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk memantapkan keterampilan dan pengetahuannya untuk menambah kepercayaan dan kematangan diri.
- c. Melatih mahasiswa agar lebih kritis terhadap perbedaan atau kesenjangan (gap) yang mereka jumpai di lapangan dengan yang diperoleh di bangku kuliah.
- d. Mengembangkan wawasan dan pengalaman dalam melakukan pekerjaan yang sesuai dengan keahlian yang dimiliki.

1.2.3 Manfaat PKL

Manfaat dari media gratis *Pinterest* sebagai media pemasaran adalah sebagai berikut:

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

1.3 Lokasi dan Jadwal Kerja

1.3.1 Lokasi Kerja

Lokasi kegiatan praktik kerja lapang adalah pada Praktek Kerja Lapang ini dilaksanakan di Piranhas 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 Piranhas Group

1.3.2 Jadwal Kerja

Praktek Kerja Lapang ini dilaksanakan mulai Tanggal 20 September 2021 sampai dengan tanggal 07 Januari 2022. Adapun jam kerja yang telah ditetapkan oleh Piranhas Group, hari kerja hari senin sampai dengan hari jum'at mulai pukul 07.30 – 16.30 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 praktek 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 sesuai dengan kaidah Piranhas Group.

- c. **Studi Pustaka**
Mencari referensi dan literatur tentang cara pembuatan konten untuk diunggah di berbagai platform media social.
- d. **Dokumentasi Buku Kerja Praktek Mahasiswa**
Mahasiswa melaporkan kegiatan sehari-hari di tempat PKL (Praktek Kerja Lapangan) 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 :

- a. Pengumpulan data untuk kebutuhan yang akan digunakan untuk pemasaran sebuah lembaga pelatihan agar dapat dibaca mesin dan dipahami pengguna.
- b. Melakukan riset kata kunci yang berbeda di Google Trends, Google.co.id, dan Google Keyword Planner untuk keperluan pembuatan username dan title.
- c. Memenuhi kaidah yang telah ditetapkan untuk internet marketing.
- d. Melakukan optimasi.