

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia digital diprediksi akan menjadi diprediksi akan menjadi poin krusial bagi seluruh aktivitas manusia, termasuk aktivitas bisnis. Beberapa indikator yang bisa digunakan saat ini antara lain naiknya pengeluaran iklan digital, pertumbuhan kepemilikan *smarthphone* yang menyediakan kemudahan akses internet, perbaikan infrastruktur telekomunikasi dalam rangka peningkatan kualitas akses data, serta diluncurkannya layanan 4G. Menurut data Facebook, 74% pengguna internet di Indonesia menggunakan perangkat *mobile* mengutip (Utomo,2016) pada (Purwana, Rahmi, and Aditya 2017).

Digital marketing adalah kegiatan promosi dan pencarian pasar melalui media digital secara *online* dengan memanfaatkan berbagai sarana misalnya jejaring sosial. *Digital marketing* yang biasanya terdiri dari pemasaran interaktif dan terpadu memudahkan interaksi antara produsen, perantara pasar, dan calon konsumen. Di suatu sisi, *digital marketing* memudahkan pebisnis memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon konsumen, di sisi lain calon konsumen juga bisa mencari dan mendapatkan informasi produk hanya dengan cara menjelajah dunia maya sehingga mempermudah proses pencariannya. *Digital marketing* dapat menjangkau seluruh masyarakat di manapun mereka berada tanpa ada lagi batasan geografis ataupun waktu (Purwana, Rahmi, and Aditya 2017).

Ada beberapa bentuk pemasaran digital yang bisa dilakukan oleh pelaku bisnis untuk dapat melakukan pemasaran produk adalah sebagai berikut : (1) Publikasi video dan foto produk di akun sosial media secara intensif. (2) Memanfaatkan Facebook *ads*, Instagram *ads* , twitter *ads*, google display network dan lain-lain yang dapat diakses melalui sosial media dan dapat menjangkau konsumen. (3) Membuat video produk pemasaran yang ditayangkan melalui sosial media atau melakukan live promosi produk. (4) Melakukan edukasi dan pengenalan terhadap kualitas produk secara intensif di akun media sosial dan menggunakan

kata-kata yang kreatif (Sulestiyono, Aresteria, and ... 2021)

Piranhamas Group adalah perusahaan yang bergerak di bidang internet marketing yang memanfaatkan internet sebagai media penyampaian informasi dan promosi produk. Piranhamas Group juga bergerak di bidang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Ada beberapa macam produk yang dijual yaitu buku, biji kopi, sprei hotel, sandal hotel dan bantal hotel. Pemasaran yang dilakukan oleh Piranhamas Group yaitu dengan menyebarkan pesan promosi dan baliho dengan memanfaatkan iklan dan website gratis tidak berbayar yang ada di internet.

Pada kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) ini, penulis membuat suatu media promosi dan pemasaran dengan memanfaatkan fitur yang disediakan gratis oleh *Tumblr*. Karena *Tumblr* merupakan media yang tepat untuk menginformasikan dan memasarkan suatu barang dan jasa pada konsumen. *Tumblr* adalah layanan gratis untuk komunikasi, ekspresi diri dan kebebasan berbicara yang menyediakan media video, foto, teks, audio, dan kutipan. Desain yang dimiliki *tumblr* sangat mudah digunakan oleh penggunanya dalam berbagi dokumen. *Tumblr* juga memudahkan pembisnis yang tidak memiliki waktu dan uang untuk membeli website. Dengan menggunakan pemasaran melalui media *Tumblr* dapat membuat informasi akan cepat diterima. Maka dari itu Piranhamas Group menggunakan *Tumblr* sebagai media publikasi dan promosi produk atau jasa agar lebih cepat dipasarkan dan gratis atau tidak berbayar.

1.2 Tujuan dan Manfaat

1.2.1 Tujuan Umum PKL

Tujuan Praktek Kerja Lapangan (PKL) secara umum di Piranhamas Group yaitu meningkatkan pengetahuan, keterampilan, serta pengalaman kerja mengenai digital marketing. Serta mengimplementasikan secara sistematis dan sinkron antara program pendidikan di perguruan tinggi dan program penguasaan keahlian yang diperoleh melalui kegiatan kerja secara langsung di dunia kerja untuk mencapai tingkat keahlian tertentu.

1.2.2 Tujuan Khusus PKL

- a. Memanfaatkan berbagai media sosial dan website yang tidak berbayar sebagai media pemasaran dan promosi agar lebih dikenal dikalangan masyarakat. Dalam hal ini, penulis akan menggunakan media *tumblr* untuk memasarkan produk berupa jasa kosultan keuangan.
- b. Meningkatkan mahasiswa agar lebih kritis terhadap perbedaan atau kesenjangan (*gap*) yang mereka jumpai di lapangan dengan yang diperoleh di bangku kuliah.
- c. Memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk memantapkan keterampilan dan pengetahuannya untuk menambah kepercayaan dan kematangan diri.
- d. Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan serta pengalaman kerja bagi mahasiswa mengenai kegiatan perusahaan/industry/ instansi dan unit bisnis strategis lainnya yang layak dijadikan tempat PKL.
- e. Mengembangkan wawasan dan pengalaman dalam melakukan pekerjaan yang sesuai dengan keahlian yang dimiliki.

1.2.3 Manfaat PKL

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

- a. Dapat memudahkan Piranhamas Group dalam memasarkan produk Bapak Agus Setyawan.
- b. Dapat memudahkan masyarakat dalam menerima informasi.
- c. Dapat menyiapkan langkah-langkah yang diperlukan untuk menyesuaikan diri dalam lingkungan kerjanya di masa mendatang.

- d. Menekan biaya promosi dan iklan bagi pelaku usaha.
- e. Menambah wawasan, pengetahuan dan pengalaman selaku generasi yang di didik untuk siap terjun langsung di masyarakat khususnya di lingkungan kerja
- f. Memperdalam dan meningkatkan keterampilan dan kreativitas diri dalam lingkungan yang sesuai dengan disiplin ilmu yang dimiliki.

1.3 Lokasi dan Jadwal Kerja

1.3.1 Lokasi Kerja

Lokasi Praktek Kerja Lapang (PKL) ini dilaksanakan di 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 20 September 2021 sampai dengan Tanggal 7 Januari 2022. Adapun jam kerja yang telah ditetapkan oleh PT. Piranhamas 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 praktek kerja adalah sebagai berikut :

a. Observasi

Mahasiwa melakukan observasi tempat Praktek Kerja Lapang (PKL) mengenai kondisi, keadaan, dan kegiatan tempat Praktek Kerja Lapang (PKL).

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 Piranhamas Group.

c. Studi Pustaka

Mencari referensi dan literatur tentang cara pembuatan konten untuk diunggah di berbagai media sosial.

d. Dokumentasi Buku Praktek Kerja Lapang

Mahasiswa melaporkan kegiatan sehari-hari di tempat Praktek Kerja Lapang (PKL) dengan mengisi Buku Kerja Praktek Mahasiswa (BKPM) pada saat melaksanakan PKL.

1.4.2 Metode Pelaksanaan Pembimbing Lapangan

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

a. Pengumpulan data untuk kebutuhan yang akan digunakan untuk pemasaran sebuah Jasa Konsultan Keuangan 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, tittle, deskripsi, dan tags.

c. Memenuhi kaidah yang telah ditetapkan untuk internet marketing.

d. Melakukan optimasi SEO.