

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi yang semakin cepat tidak bisa dipungkiri pada era digital saat ini memberikan pengaruh yang signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk ke dalam mendukung kegiatan di dunia *industry 2.0*, baik dalam skala besar maupun kecil, agar dapat dikenal secara global. Dampak yang sangat nyata dan dapat dilihat dari perkembangan ini adalah meningkatnya peluang bagi pemilik perusahaan untuk memperluas jangkauan pasar, meningkatkan volume penjualan, serta memperoleh keuntungan yang lebih besar dari sebelumnya. Salah satu strategi yang sangat berperan penting pada saat ini adalah *Digital Marketing*. Khususnya yang bisa kita sering lihat melalui pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi dan pemasaran secara langsung

Digital marketing merupakan pemanfaatan Internet sebagai suatu teknologi yang dapat menghubungkan komunikasi dua arah di antara perusahaan dengan konsumen (Oktaviani Femi & Rustandi Diki, 2018) . Maka dari itu diperlukanlah pembuatan konten yang *interaktif* dan *kreatif* sebagai upaya untuk menarik minat konsumen agar mau terlibat secara aktif dengan suatu *brand*. Ketika sebuah konten berhasil mendorong keterlibatan konsumen, hal tersebut menunjukkan bahwa konten tersebut memiliki daya tarik dan kekuatan dalam mendukung peningkatan penjualan serta pendapatan bagi bisnis yang dikelola.

Selain pemanfaatan media sosial, penerapan *Search Engine Optimization* (SEO) juga menjadi salah satu strategi penting dalam digital marketing untuk meningkatkan visibilitas suatu website atau postingan di hasil pencarian mesin pencari seperti Google. SEO merupakan proses optimasi konten, struktur, dan elemen teknis pada website agar lebih mudah dikenali dan mendapatkan peringkat yang lebih tinggi di halaman hasil pencarian (*search engine result page*). Dengan peringkat yang baik, peluang untuk menarik lebih banyak pengunjung secara organik juga semakin besar tanpa harus mengandalkan iklan berbayar. Strategi ini

tidak hanya membantu perusahaan dalam memperluas jangkauan audiens, tetapi juga membangun *kredibilitas* dan kepercayaan konsumen terhadap merek. Menurut (Yilmaz, 2019) , SEO memiliki peran sentral dalam meningkatkan aksesibilitas dan relevansi informasi yang disajikan oleh suatu website atau postingan, sehingga menjadi komponen penting dalam mendukung efektivitas kampanye digital marketing di era modern saat ini.

PT. Piranhamas Group merupakan perusahaan yang bergerak di bidang internet marketing yang menggunakan prinsip *Search Engine Optimazation* (SEO) dengan tujuan memasarkan produk yang memanfaatkan internet sebagai media untuk menyampaikan promosi produk kepada konsumen. PT. Piranhamas Group juga bergerak di sektor usaha mikro, kecil, dan menengah. Selama kegiatan Magang ini, penulis melakukan promosi di media yang akan digunakan sebagai wadah untuk memasarkan produk secara online dengan menggunakan prinsip *Search Engine Optimazation* (SEO). Media yang digunakan adalah media gratis yang telah ada di web Google.com yang sedang booming atau sering muncul jika dicari serta media social yang cepat langsung terjun pada pelanggan. Contohnya, Issuu, Pinterest, Google Site, Medium.com dan masih banyak lagi

Dengan mempertimbangkan beberapa hal tersebut, penulis memutuskan untuk mengambil judul “PENERAPAN TEKNIK SEARCH ENGINE OPTIMAZATION (SEO) DALAM PENGELOLAAN KONTEN DIGITAL DI PT. PIRANHAMAS GROUP” sebagai media pemasaran produk atau jasa pada laporan ini

1.2 Tujuan dan Manfaat

Adapun tujuan dari pelaksanaan Praktek Kerja Lapang (PKL) dijabarkan sebagai berikut :

1.2.1 Tujuan Umum Praktek Kerja Lapang

Secara umum Praktek Kerja Lapang (PKL) yang dilaksanakan di PT. Piranhamas Group adalah meningkatkan pengetahuan, keterampilan, serta pengalaman kerja penulis mengenai digital marketing. Selain itu tujuan dari PKL

adalah melatih agar lebih kritis terhadap perbedaan atau kerjasama yang kita jumpai di lapangan dengan yang di peroleh pada saat kuliah. Dengan demikian penulis diharapkan untuk mampu mengembangkan keterampilan tertentu yang didapat selain di kampus.

1.2.2 Tujuan Khusus Praktek Kerja Lapang

Selain tujuan yang ada di atas, tujuan Praktek Kerja Lapang (PKL) ini juga bertujuan sebagai :

- a. Meningkatkan pengetahuan dan keterampilan serta pengalaman kerja bagi mahasiswa mengenai kegiatan perusahaan/industri/instansi dan unit bisnis strategis lainnya yang layak dijadikan tempat PKL.
- b. Memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk memantapkan keterampilan dan pengetahuannya untuk menambah kepercayaan dan kematangan diri.
- c. Membentuk dan mananamkan mindset mahasiswa agar lebih kritis terhadap perbedaan atau kesenjangan (gap) yang mereka jumpai di lapangan dengan yang diperoleh di bangku kuliah.
- d. Mengembangkan wawasan dan mengasah keterampilan dalam memecahkan kasus atau sebuah masalah dengan berpikir dalam kerja bersama lintas bidang ilmu dan ragam asal mahasiswa dalam menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi.

1.2.3 Manfaat Praktek Kerja Lapangan

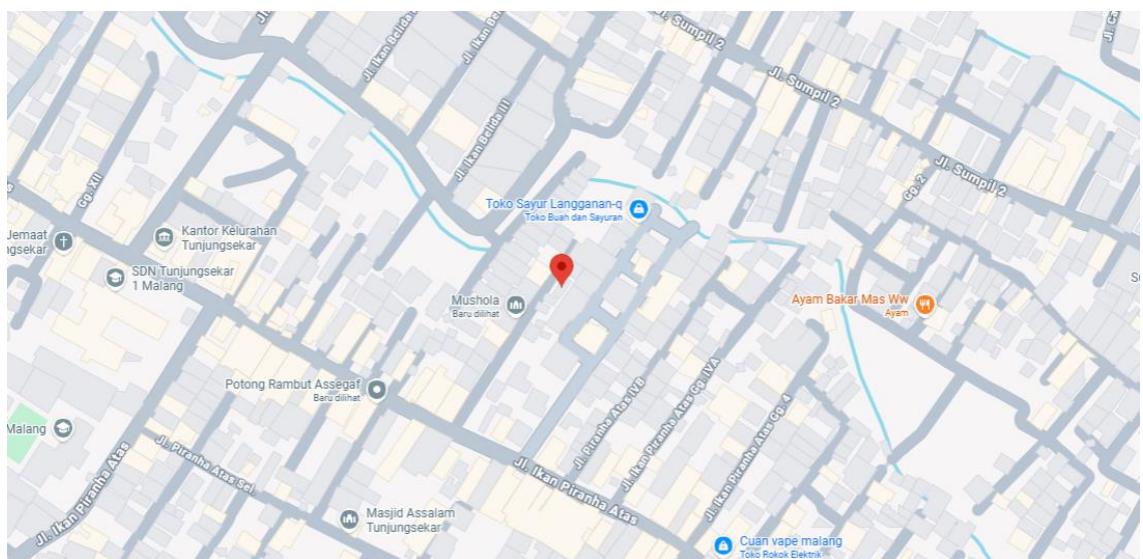
Manfaat yang diperoleh dari Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT. Piranhamas Group dalam pemanfaat *Search Engine Optimazation* (SEO) dalam bisnis digital marketing yaitu :

- a. Menambah wawasan, pengetahuan, serta pengalaman selaku generasi selanjutnya yang di didik agar siap untuk terjun langsung di masyarakat khusunya di lingkungan kerja
- b. Memperdalam dan meningkatkan keterampilan dan kreativitas diri dalam lingkungan yang sesuai dengan disiplin ilmu yang dimiliki
- c. Dapat memasarkan produk dari berbagai UMKM secara luas menggunakan

platform yang gratis serta dapat membantu roda perekonomian

1.3 Lokasi dan Waktu

Pelaksanaan Praktik Kerja Lapang (PKL) ini dilaksanakan di PT Piranhamas Group yang berlokasi di Jl. Ikan Piranha Atas V/1, RT.010, RW.001, Kel.Tunjungsekar, Kec.Lowokwaru, Kota Malang. Yang dilaksanakan pada tanggal 04 Agustus 2025 sampai 05 Desember 2025. Untuk lokasi PT Piranhamas Group dapat dilihat pada Gambar 1.1 berikut:



Gambar 1.1 Peta Lokasi PKL Piranhamas Group

1.4 Metode Pelaksanaan

1.4.1 Metode Pelaksanaan Dosen Pembimbing

Metode yang dilaksanakan pada kegiatan magang ini yaitu :

a. Observasi

Tahap observasi ini merupakan tahap untuk melakukan pengumpulan data atau riset dengan cara pengamatan terhadap tempat Praktik Kerja Lapang (PKL) di PT. Piranhamas Group mengenai kondisi, lokasi, dan kegiatan kerja.

b. Diskusi dan Wawancara

Kegiatan interview ini dilakukan dengan cara diskusi dan wawancara untuk mendapatkan pengetahuan yang berkaitan mengenai pemasaran dalam platform yang bisa digunakan di internet.

c. Studi Pustaka

Studi pustaka ini merupakan tahap untuk melakukan pencarian serta mengumpulkan sumber-sumber referensi yang nantinya bisa digunakan dalam memasarkan produk-produk klien melalui media atau platform-platform yang sudah di tentukan sebelumnya

d. Dokumentasi Kegiatan

Mengisi Buku Laporan PKL yang berisikan kegiatan kerja sehari-hari selama masa praktik kerja di PT. Piranhamas Group