

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

*Digital Marketing* atau pemasaran digital adalah sebuah aktivitas promosi atau mempromosikan produk, ataupun jasa melalui media-media digital seperti media sosial, radio, televisi, internet, dan website. Adapun beberapa kelebihan pemasaran secara digital dibandingkan pemasaran biasa adalah pemasaran digital unggul dalam pasar yang lebih luas, memerlukan biaya yang lebih sedikit, dapat mengukur tingkat efektifitas promo dengan lebih efisien, dan lebih persuasif dibandingkan pemasaran biasa.

*Digital Marketing* akan sangat dibutuhkan pada saat ini untuk keberlangsungan suatu usaha karena semuanya menjadi digital. Tujuan *Digital Marketing* adalah untuk meningkatkan suatu penjualan produk atau jasa melalui internet. Dalam prosesnya *Digital Marketing* juga berperan dalam membangun brand image suatu perusahaan agar dikenal baik oleh masyarakat luas secara positif.

Seorang *Digital Marketer* mampu melihat peluang dan mempersuasi calon konsumen untuk tertarik pada produk atau jasa yang kita miliki dimana para *Digital Marketer* bisa secara akurat dalam memperhatikan target pasar dan memperhatikan langkah serta apa yang calon konsumen sukai dan yang tidak di sukai secara spesifik. Dengan begitu seorang *Digital Marketer* dapat melakukan promosi melalui gambar, video, atau dalam bentuk yang lain.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mengalami kemajuan yang sangat pesat dari masa ke masa. Tidak bisa dipungkiri bahwa dengan semakin majunya teknologi informasi dan komunikasi membuat perubahan di berbagai jenis usaha salah satunya adalah bisnis jual beli. Dahulu kita harus mendatangi suatu toko untuk membeli kebutuhan kita, namun dengan semakin majunya teknologi hal tersebut sudah tidak perlu kita lakukan lagi. Dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi seperti internet kita bisa membeli suatu barang tanpa perlu datang langsung ke tokonya (*e-commerce*).

Selain itu dengan dengan semakin berkembangnya teknologi di masa saat ini sangat mudah untuk melakukan proses pemasaran dengan jaminan jangkauan yang lebih luas dan efektif dengan menggunakan internet sebagai mediana. Dengan memanfaatkan aplikasi seperti sosial media dan website para pengusaha dapat melakukan proses pemasaran dengan minim pengeluaran dan tidak perlu lagi menyebarkan poster atau iklan secara tradisional.

Memanfaatkan positif lain dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi adalah dapat menghemat waktu dan juga tenaga bagi para konsumen, dampak positif dari perkembangan teknologi juga bukan hanya dirasakan oleh konsumen melainkan dapat dirasakan oleh berbagai kalangan seperti pengusaha. Era digital 4.0 saat ini mempermudah para pengusaha untuk meningkatkan *ennagement* dan bagi para calon pengusaha juga dapat memanfaatkan perkembangan teknologi untuk melakukan riset dan mencari tahu ilmu-ilmu seputar usaha yang akan dikembangkan melalui internet yang dapat diakses oleh seluruh kalangan dan dapat dinikmati tanpa biaya dan pastinya dapat digunakan untuk menjangkau konsumen lebih luas lagi.

Pada akhir tahun 2020 tepatnya pada bulan Desember Indonesia mengalami krisis Virus Corona. Untuk mencegah jatuh korban lebih banyak Pemerintah Indonesia memberlakukan peraturan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) untuk membatasi aktivitas masyarakat.

Dampak dari PSBB tersebut banyak jenis usaha yang mengalami penurunan omzet dan perusahaan-perusahaan terpaksa harus beralih dari jualan secara langsung (offline) ke jualan secara daring (online), dari *Work from Office* (WFO) menjadi *Work from Home* (WFH). Perusahaan-perusahaan beralih operasi secara serentak ke media online seperti sosial media dan internet untuk melakukan proses jual beli, salah satunya adalah perusahaan FnB Kopi Tembem oleh sebab itu profesi *Digital Marketing* saat ini sangat dibutuhkan dan diandalkan untuk meningkatkan omzet perusahaan melalui media sosial dan internet.

Semenjak terjadinya wabah Virus Corona sehingga Pemerintah Indonesia memberlakukan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) banyak sekali perusahaan-perusahaan baik itu Usaha Micro Kecil Menengah (UMKM) maupun perusahaan besar beralih haluan untuk melakukan proses pemasarannya yang menjadi seratus persen melalui internet dengan memanfaatkan kemampuan dari *public relations* yang mereka miliki untuk menarik perhatian konsumen dan

meningkatkan citra, serta meningkatkan *brand awareness* masyarakat terhadap merek mereka.

Dalam aturan PSBB tersebut terdapat peraturan dimana para pengusaha di bidang *Food and Beverage* (FnB) dilarang menyediakan layanan *dine in* (makan ditempat) karena dapat menyebabkan kerumunan dan dapat memperbesar kemungkinan penyebaran virus Covid-19. Bukan hanya itu saja banyak juga dari masyarakat yang menjadi kehilangan mata pencariannya selama pandemi. Ini dikarenakan ada banyak perusahaan yang memecat beberapa karyawannya untuk bertahan di masa sulit seperti saat ini. Dampaknya pengangguran semakin meningkat.

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi tingkat pengangguran di Indonesia yang diantaranya adalah masih terbatasnya lapangan pekerjaan di Indonesia, dimana posisi Indonesia saat ini lebih banyak penduduknya dibandingkan dengan lapangan pekerjaannya. Kedua adalah banyak dari lulusan sarjana dan masyarakat Indonesia yang memiliki minim kemampuan (*skill*) sehingga kalah bersaing dengan orang lain yang memiliki kemampuan yang lebih baik. Terakhir adalah kurangnya inisiatif masyarakat untuk mencari lowongan pekerjaan melalui internet, dimana saat ini masyarakat yang pengangguran rata-rata tidak mengetahui cara melamar kerja secara daring dan tidak tahu tahap-tahap membuat CV atau portofolio yang baik dan benar untuk memikat perusahaan.

Berdasarkan dampak-dampak yang ditimbulkan Covid-19 tersebut Kopi Tembem melakukan beberapa perubahan yang cukup signifikan diantaranya adalah memaksimalkan penjualan melalui daring dan memberikan konten-konten promosi melalui media sosial secara totalitas dan lebih bagus lagi dalam grafis serta kualitasnya agar dapat dengan mudah mempersuasif calon konsumen dan dapat meningkatkan omzet.

Kopi Tembem memaksimalkan penjualan melalui internet untuk bertahan di masa pandemi. Kemudahan dalam mengakses internet pada masa saat ini merupakan sebuah keuntungan karena di masa seperti saat ini masyarakat juga akan melakukan proses pembelian kebutuhan melalui internet, media sosial, dan internet serta aplikasi titip seperti GoFood dan GrabFood. Kopi Tembem memanfaatkan internet dengan maksimal khususnya sosial media untuk melakukan proses pemasaran online.

Proses perpindahan dari *offline store* menjadi *online store* terjadi dikarenakan pandemi global ini sangat menarik. Dimana perusahaan-perusahaan berlomba untuk menarik perhatian konsumennya melalui internet untuk bertahan. Kemampuan *Digital Marketing* akan menjadi penentu dan kekuatan utama suatu perusahaan saat ini. Kita dapat belajar menjadi seorang *Digital Marketer* yang baik di masa seperti ini.

Oleh karena itu saat ini seorang *public relations* atau humas sangat dibutuhkan oleh sebuah perusahaan untuk membangun citra dan merek yang positif agar makin banyak konsumen yang tertarik khususnya pada masa wabah Covid-19 seperti saat ini. Pada umumnya *Public Relations* atau Humas adalah orang yang menjaga hubungan antara perusahaan dan *stakeholdernya*, namun fungsi humas bukan itu saja, Humas memiliki beberapa keahlian yang sangat membantu seperti keahlian dalam bidang digital salah satunya adalah mampu meningkatkan citra.

Humas juga dapat membantu pemasaran secara digital (online) karena humas memiliki kemampuan untuk melakukan pemasaran dan ahli di bidang *Digital Marketing*. Lalu humas juga bersifat fleksibel dan dapat ditempatkan di perusahaan apapun karena memiliki kemampuan yang beragam, diantaranya dapat ditempatkan di Lembaga sosial, institusi Pendidikan, dan lain-lain.

Namun tidak dapat dipungkiri bahwa tugas utama seorang Humas atau *Public Relations* adalah untuk menjaga hubungan baik. Seorang Humas juga memiliki kemampuan-kemampuan digital lainnya selain selalu *update* seputar apa yang sedang viral, Humas juga mampu membangun dan membuat perencanaan, seperti membuat perencanaan konten, dan perencanaan kampanye, serta ahli dalam pemasaran digital.

Pemasaran digital dapat memungkinkan perusahaan dan konsumen menjalin komunikasi dengan sangat baik, hemat biaya, dan lebih akrab karena para konsumen akan merasa lebih diperhatikan sehingga produk atau jasa yang dipromosikan lebih mudah untuk diingat oleh para konsumen dibandingkan dengan produk atau jasa yang dipromosikan secara biasa.

Pemasaran digital memiliki lima keuntungan dibandingkan pemasaran biasa, yang pertama adalah pemasaran digital mampu menjangkau pasar lebih luas, berbeda dengan pemasaran secara *offline* yang hanya menjangkau konsumen disekitaran saja. Karena seiring semakin berkembangnya zaman

hampir seluruh kalangan masyarakat dari remaja hingga orang tua sudah terhubung dengan internet, yang berarti pemasaran online sudah tidak memiliki batasan lagi bagi seorang produsen untuk memasarkan dan memperkenalkan produk atau jasanya ke calon konsumen dan konsumen.

Kelebihan kedua yang dimiliki pemasaran digital adalah lebih sedikitnya biaya pengeluaran dibandingkan dengan pemasaran yang tidak secara digital. Ini sangat menguntungkan bagi para calon pelaku usaha dimana mereka tidak perlu lagi mengeluarkan biaya mencetak, membayar sewa, mengurus surat-surat dan masih banyak lagi. Dengan menggunakan pemasaran digital produsen hanya perlu membayar paket data atau jaringan *wifi* saja untuk memperkenalkan produk atau jasa serta profilnya di jejaring sosial (internet).

Ketiga adalah pemasaran digital lebih mudah diakses oleh para konsumen. Alasannya sederhana yaitu karena pada pemasaran digital memberikan kebebasan bagi konsumen untuk mengakses informasi apapun baik itu produk atau jasa yang disediakan melalui digital. Karena hal tersebut dapat dijadikan peluang usaha dengan jaminan mendapatkan konsumen dalam cakupan yang besar dan luas, karena adanya hal tersebut. Informasi yang kita berikan juga dapat diakses kapanpun dan dimanapun konsumen inginkan.

Kelebihan keempat dari pemasaran digital adalah profit yang lebih besar. Dengan memanfaatkan jaringan internet dengan jangkauan pasar yang sangat luas, kemudahan akses informasi, dan minimnya pengeluaran biaya, produsen akan memiliki profit yang lebih besar dibandingkan dengan pemasaran biasa karena semakin luas jangkauan konsumennya maka akan semakin banyak juga konsumennya.

Kelebihan terakhir dari pemasaran digital dibanding dengan pemasaran biasa adalah memudahkan produsen dalam evaluasi usahanya. Karena menggunakan platform digital dan semua kegiatan pemasaran dilakukan secara online, para pelaku usaha akan dengan mudah untuk mengetahui apa pencapaian yang telah ia capai, berapa jumlah orang yang membeli atau menggunakan jasanya, berapa orang yang mengunjungi lapaknya, dan sangat mudah untuk mengetahui ada berapa yang sudah laris terjual dan lain-lain. Bukan hanya itu saja pelaku usaha juga dapat dengan mudah meningkatkan kualitas dari pemasarannya dengan mudah.

Saat ini salah satu metode penjualan yang paling efektif adalah menggunakan website. Website sangat penting untuk dimiliki oleh tiap perusahaan untuk digunakan sebagai sumber informasi para konsumen atau masyarakat luas mengenai perusahaan baik itu profil, kontak, maupun produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan. Website juga dapat digunakan sebagai salah satu metode untuk meningkatkan citra merek dan membangun *brand awareness* pada masyarakat. Semakin baik isi dan tampilan dalam website tersebut akan semakin baik pula citra perusahaan yang akan didapat nantinya.

Kopi Tembem memahami hal itu dan dengan cepat beradaptasi dengan keadaan sekitar memulai mengembangkan kembali sosial media dan website yang dimiliki dengan tujuan agar dapat membangun *brand awareness* kepada publik yang lebih luas lagi dan dapat menjadi sumber informasi mengenai informasi-informasi terbaru di Kopi Tembem.

Kopi Tembem adalah sebuah anak perusahaan dari PT. Tembem Sukses Makmur yang bergerak di bidang *food and beverage* (FnB). Memberikan jasa pelayanan makan dan minum yang dikelola dengan profesional untuk memberikan kepuasan pada pelanggan. Lebih spesifiknya Kopi Tembem adalah sebuah *coffee shop* yang berdiri pada awal April 2021 di daerah Jl. Terogong Raya No. 14E, Jakarta Selatan, Indonesia.

Walaupun usia perusahaannya masih terbilang sangat muda, Kopi Tembem memiliki prestasi berupa sudah melakukan kolaborasi bersama brand ternama bertaraf internasional yaitu Magnum Indonesia dan melakukan branding menggunakan artis papan atas Indonesia bernama Tatjana Saphira untuk mengiklankan produknya.

Praktikan pada masa Kerja Profesi ini dipercaya untuk menempati posisi *Digital Marketing* dengan sub divisi sebagai perencanaan konten (*content planner*) selama periode magang tiga bulan. Praktikan memiliki setidaknya tiga bidang kerja tiga sub divisi *Digital Marketing* yaitu sosial media, perencanaan konten, dan riset.

Beberapa inovasi yang diberikan selama Praktikan magang di PT. Tembem Sukses Makmur diantaranya adalah memberikan inovasi terkait perencanaan konten-konten sosial media yang sebelumnya hanya berfokus pada *hard selling* menjadi lebih membangun konten yang dapat membangun *brand awareness* publik. Kedua mengembangkan website agar dapat lebih efektif lagi dengan memasukan artikel-artikel populer dan informasi yang dibutuhkan untuk



diinformasikan pada publik agar publik dapat dengan mudah mencari informasi mengenai perusahaan. Ketiga Memperkaya data-data terbaru mengenai kelebihan dan kekurangan yang dimiliki perusahaan dan kompetitor.

Pada periode Kerja Profesi (KP) ini Praktikan ingin berpartisipasi dan mempelajari bagaimana seorang *Public Relations* bekerja di sebuah perusahaan, bagaimana mengelola sosial media, bagaimana seorang Humas membuat perencanaan, dan bagaimana Humas melakukan pemasaran digital. Dalam setiap aktivitasnya Praktikan ingin memahami bagaimana pemanfaatan *Digital Marketing* dari perusahaan PT. Tembem Sukses Makmur.

Total konten yang di produksi Praktikan selama tiga bulan magang sebanyak 52 konten.

## **1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi**

Adapun tujuan dari kerja profesi ini adalah untuk menambah wawasan tentang dunia kerja yang sebenarnya, menambah pengetahuan, beradaptasi dengan lingkungan kerja, melatih komunikasi, meningkatkan etos kerja, membangun sikap disiplin, menerapkan ilmu yang sudah di dapat saat perkuliahan ke dalam instansi, kerja profesi menjadi salah satu persyaratan kelulusan, terakhir kerja profesi juga bertujuan untuk menambah dan membangun relasi antara Universitas Pembangunan Jaya dan Instansi.

### **1.2.1 Maksud Kerja Profesi Kopi Tembem**

1. Mempelajari profesi sebagai kegiatan *Digital Marketing* perusahaan FnB dan bertanggung jawab untuk membuat perencanaan konten dan lain-lain.
2. Menambah wawasan dan pengetahuan dunia kerja.
3. Mempelajari kegiatan kehumasan yang dilakukan pada perusahaan berbasis *food and beverage* (FnB)

### **1.2.2 Tujuan Kegiatan Kerja Profesi Kopi Tembem**

1. Memberikan gambaran dunia kerja bagi mahasiswa
2. Meningkatkan wawasan pengetahuan, pengalaman, kemampuan dan keterampilan mahasiswa dalam dunia kerja sesuai kompetensi Prodi.
3. Mendapatkan umpan balik Prodi dalam penyempurnaan kurikulum berkelanjutan agar selaras dengan tuntutan industry dan masyarakat.

4. Menjalin kerjasama antara Prodi maupun UPJ dengan instansi/perusahaan.
5. Memahami serta mengaplikasikan hasil pembelajaran yang didapat selama perkuliahan di perusahaan Kopi Tembem

### 1.3 Tempat Kerja Profesi



Gambar 1.1. Logo Kopi Tembem  
Sumber: Kopi Tembem/Junjung Kurniawan

Praktikan melakukan kerja profesi di perusahaan PT.Tembem Sukses Makmur. Praktikan berkesempatan untuk menerapkan ilmu yang didapat melalui perkuliahan untuk kepentingan PT.Tembem Sukses Makmur. Praktikan ditempatkan di bagian *Digital Marketing*, namun guna memperbanyak pengalaman dan membantu perusahaan Praktikan mengambil beberapa pekerjaan lain diluar *Digital Marketing* yang sudah dikuasai Praktikan dan di awasi oleh pembimbing professional dari PT.Tembem Sukses Makmur bernama Junjung Kurniawan.

Tempat : Divisi *Digital Marketing*, PT. Tembem Sukses Makmur  
Alamat : Jalan Terogong Raya No.14E, Pondok Indah, Jakarta Selatan

### 1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

No	Kegiatan	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
1.	Mencari beberapa informasi serta mencari lowongan pekerjaan						



2.	Mengirim CV ke beberapa perusahaan dan menunggu panggilan untuk di <i>interview</i> oleh perusahaan						
3.	Mencari alternatif tempat untuk pelaksanaan kerja profesi						
4.	Mengurus dokumen-dokumen kerja profesi						
5.	Melakukan kerja profesi di Kopi Tembem						
6.	Membuat dan Menyusun laporan Kerja Profesi						

Tabel 1.1: Tabel Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

Sumber: Template Laporan Kerja Profesi

Pada awal bulan Maret hingga April Praktikan mengumpulkan informasi tentang pelaksanaan Kerja Profesi (KP) berupa bagaimana prosedur pelaksanaannya dan bagaimana cara mendapatkan perusahaan atau instansi untuk melakukan Kerja Profesi. Pada bulan ini juga Praktikan mempelajari dan mencari referensi tentang bagaimana cara membuat *Curriculum Vitae* (CV) yang baik dan benar, serta menginstal platform-platform yang mendukung untuk mencari magang seperti Linked In, Line Job, Job Street dan lain-lain. Setelah awal bulan Mei Praktikan berinisiatif untuk melakukan pengiriman CV ke berbagai perusahaan/instansi yang menurut Praktikan mumpuni dan sesuai dengan *minor* yang Praktikan pilih.

Beberapa hal yang dipersiapkan Praktikan untuk mencari tempat Kerja Profesi adalah membuat beberapa dokumen yang dibutuhkan seperti *curriculum vitae* (CV) dan portofolio Praktikan. Dalam proses pembuatan portofolio Praktikan dibimbing dan diajari oleh Dosen Pembimbing agar hasil lebih maksimal dan mampu menarik perhatian perusahaan.

Setelah melakukan *apply* ke berbagai jenis perusahaan yang menurut Praktikan sesuai, Praktikan mendapatkan tawaran magang di salah satu *event*

*organizer* bernama Ava Group yang sudah bertaraf nasional dan berpengalaman dalam membuat event-event besar nasional seperti Pekan Olahraga Nasional (PON). Namun karena persyaratan magangnya yang tidak relevan dengan Praktikan, yaitu minimal magang selama enam bulan, dimana Praktikan hanya perlu magang selama tiga bulan. Praktikan akhirnya memutuskan untuk tidak menerima lamaran tersebut.

Selain Ava Group Praktikan juga mendapat ajakan dari sesama mahasiswa untuk melakukan Kerja Profesi di Institusi Pendidikan Universitas Pembangunan Jaya tepatnya di UPJ Live dan Marketing UPJ. Praktikan sudah mengirimkan dokumen yang dibutuhkan seperti CV dan portofolio ke pihak Universitas Pembangunan Jaya, dan melakukan interview singkat secara daring. Pada akhirnya keduanya memutuskan untuk menerima Praktikan untuk Kerja Profesi disana, namun dihari yang sama Praktikan juga sebelumnya kabar tentang penerimaan Praktikan sebagai karyawan magang di Kopi Tembem. Sehingga Praktikan harus memilih satu diantara tiga pilihan yang datang bersamaan tersebut.

Setelah perjalanan panjang mencari-cari perusahaan atau instansi yang mau menerima Praktikan untuk Kerja Profesi akhirnya Praktikan memutuskan untuk menerima di salah satu perusahaan yang bergerak di bidang *Food and Beverage* (FnB) bernama PT.Tembem Sukses Makmur sebagai *Digital Marketer*. Setelah diterima dan menerima panggilan untuk *interview*, Praktikan menjalankan *interview* secara daring (online) melalui aplikasi Zoom Meeting.

Sesuai dengan jadwal kerja praktik di Universitas Pembangunan Jaya, Praktikan mulai melakukan Kerja Profesi di PT. Tembem Sukses Makmur selama tiga bulan mulai dari tanggal 28 Juni 2021 hingga 28 September 2021. Jam kerja sehari selama delapan jam mulai dari jam 8.00 hingga 16.00 WIB. Dengan total kerja keseluruhan selama tiga bulan 480 jam.

Praktikan melaksanakan Kerja Profesi di Kopi Tembem yang beralamat di Jl. Terogong Raya No. 14E, Jakarta Selatan, Indonesia. Selama masa magang Praktikan melakukan proses magang melalui dua cara dimana selama pemberlakuan PPKM di Jakarta Kerja Profesi dilakukan secara WFH (*Work from Home*) dan dalam seminggu minimal sebanyak dua kali hadir ke kantor untuk melakukan magang *Work from Office* (WFO).

Selama masa Kerja Profesi sebagai bagian dari divisi *Digital Marketing*, Praktikan di bimbing oleh Junjung Kurniawan yang berperan sebagai *Co Owner* dari Kopi Tembem Indonesia.

Pada bulan Agustus hingga September Praktikan sudah memulai untuk membuat Laporan Kerja Profesi untuk menyelesaikan persyaratan lulus mata kuliah Kerja Profesi Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Humaniora dan Bisnis, Universitas Pembangunan Jaya. Praktikan mencilil Laporan dengan cara melakukannya secara bertahap dan pelan-pelan dengan kinerja yang stabil. Pengerjaan Laporan Kerja Profesi ini Praktikan dibimbing oleh Dosen Pembimbing Kerja Profesi Ibu Suci Marini Noviyanty S.I.P., M.Si untuk menyelesaikan Laporan Kerja Profesi.

