

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Kerja Profesi

Dunia komunikasi pada saat ini memanglah sangat modern dimana semua sudah dilakukan secara digital. Semua informasi dapat didapatkan dimana pun dan kapan pun tanpa terkecuali. Perubahan di era globalisasi ini memberikan dampak baik dan buruk bagi manusia. Dalam dampak baik nya yaitu memberikan kemudahan bagi manusia untuk mendapatkan informasi atau akses tanpa perlu memikirkan jarak dan waktu. Pada saat ini dunia telah berada di tahap 4.0 yang mana semua di lakukan secara digital menggunakan internet, meskipun begitu teknologi 5.0 tengah di kembangkan oleh para ahli teknologi. Dengan berubah nya era ke era teknologi itu berdampak besar di berbagai sektor kehidupan baik itu komunikasi, ekonomi, politik, social, dan budaya. Terkhusus di bidang komunikasi dan ekonomi

Konsep komunikasi pemasaran adalah suatu kegiatan pemasaran dengan menggunakan berbagai teknik komunikasi yang bertujuan untuk memberikan informasi kepada orang banyak agar tujuan dari perusahaan tercapai yaitu terjadinya peningkatan penggunaan atas pendapatan jasa atau pembelian suatu produk yang di tawarkan (IKHSAN, 2017). lalu menurut *YellowHead* yaitu sebagai strategi *online* marketing dan advertising yang mana pengiklannya hanya memerlukan pembayaran jika sebuah tujuan bisnis tercapai (penjualan) (Ivy, 2020). Periklanan menjadi suatu tahapan yang sama pentingnya dengan tahapan-tahapan yang lain dalam suatu proses pemasaran (Dwita, 2023). Dengan demikian kegiatan ini berpengaruh langsung dengan suatu brand atau apapun secara signifikan terhadap performa bisnis secara keseluruhan. Tujuan dari seorang performance marketing pada dasarnya berfokus untuk mengoptimalkan kampanye marketing agar dapat menghasilkan banyak *conversion* melalui banyak keputusan yang berdasarkan data.

Dengan *Performance Marketing* membuat lebih mudah para brand-brand barang dalam mempromosikan produk nya. Menurut Aaker dalam (Wijaya, Bernita Orlando, 2023), menyatakan bahwa Digital marketing merupakan penggunaan teknologi khusus nya internet untuk membuat dan menghubungkan dialog antara

suatu perusahaan dengan konsumen yang telah teridentifikasi. Dengan kata lain komunikasi pemasaran menggunakan teknologi internet untuk memudahkan terjadinya dialog secara tidak langsung antara perusahaan dengan konsumen. Target audience nya pun dapat disasar hingga ke tahap yang spesifik untuk di paparkan sesuai dengan kriteria dari brand tersebut yang secara langsung membuat promosi dan penjualan lebih lancer. Selain itu juga dengan bekerja sama dengan tim *Performance Marketing* dapat membuat masyarakat/target audience menjadi tau mengenai nilai atau value dari suatu barang

Kerja Profesi yang dilaksanakan oleh para mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya merupakan suatu syarat kelulusan untuk menyandang gelar sarjana, Kerja Profesi yang dilaksanakan mahasiswa Universitas Pembangunan Jaya ini dilakukan bukan hanya tanpa alasan, melainkan sebagai cara untuk menambah wawasan serta pengalaman dalam dunia kerja dan diharapkan juga mampu untuk mengasah kemampuan serta menerapkan pembelajaran yang telah ditempuh selama telah melaksanakan kuliah. Seluruh program studi yang terdapat di Universitas Pembangunan Jaya mewajibkan mahasiswa atau mahasiswinya untuk melaksanakan kerja profesi, salah satunya yaitu adalah mahasiswa atau mahasiswi dari program studi Ilmu Komunikasi.

Praktikan yang merupakan mahasiswa aktif program studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Jaya dengan minor *Broadcast Journalism* telah menempuh beberapa semester sebelumnya yang berkaitan dengan dunia Jurnalistik maupun Hubungan Masyarakat (Humas), melalui mata kuliah yang telah ditempuh telah memberikan pemahaman serta memberikan gambaran terkait dengan proses komunikasi melalui media digital seperti yang telah di pelajari dari mata kuliah *pengantar public relations, humas online, dan manajemen acara*. Contohnya seperti mempelajari proses komunikasi melalui proses perancangan dan merancang strategi untuk menyampaikan pesan kepada khalayak luas, membuat sebuah campaign, mengetahui tugas pr sebagai *advertising*. Berdasarkan bekal dari mata kuliah yang telah ditempuh, praktikan telah meyakinkan diri untuk mencoba mengasah kemampuan dengan cara melaksanakan *Internship* atau magang dengan latar belakang yang sesuai.

PT. Bangun Media Indonesia adalah perusahaan yang menyediakan jasa media builder spesialis, dimulai dengan persiapan, ide, manajemen konten,

manajemen media dan penggunaan teknologi digital yang terdapat di kantor tersebut. Dengan banyaknya pekerjaan yang ditawarkan sesuai dengan komunikasi digital serta sesuai dengan latar belakang dari Praktikan, terutama dengan lowongan pekerjaan *Performance Marketing*. Membuat praktikan tertarik menambah wawasan dan juga pengalaman dalam bidang pekerjaan tersebut dan praktikan merasa sesuai dengan pekerjaan tersebut. Bidang pekerjaan yang dilaksanakan oleh Praktikan sebagai *Performance Marketing* di perusahaan Brand Media Indonesia yakni diantaranya adalah, menjadwalkan ads konten, *budgeting* tiap konten, melakukan ads konten, dan *learning phase*.

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Profesi

1.2.1 Maksud Kerja Profesi

Maksud Kerja Profesi sebagai *Performance Marketing* pada Divisi

• *Digital Marketing* PT. Bangun Media Indonesia

- 1) Mempelajari kegiatan *Performance Marketing* di perusahaan PT. Brand Media Indonesia
- 2) Mempelajari cara menganalisa konten dan pengiklannya dari setiap brand klien sesuai dengan kriteria berbeda dari setiap *project*
- 3) Melatih kemampuan berkomunikasi dengan team *Performance Marketing* dan klien
- 4) Melatih kemampuan bertanggung jawab dalam pengelolaan pengiklanaan
- 5) Melatih kemampuan dalam melihat prime time dan kriteria target market demi mencapai solusi terbaik
- 6) Mempelajari proses pembuatan *campaign* dengan melakukan pengiklanaan terhadap konten *campaign* tersebut

1.2.2 Tujuan Kerja Profesi

Tujuan Kerja Profesi sebagai *Performance Marketing* pada Divisi *Digital Marketing* PT. Bangun Media Indonesia

- 1) Mempunyai keterampilan dan wawasan terkait dengan dunia kerja khususnya dalam bidang pengelolaan *Performance Marketing*
- 2) Menambah pengalaman pekerjaan dalam bidang *Performance Marketing*

- 3) Mengetahui secara langsung mengenai bagaimana cara mengiklankan dengan proses yang mendalam terkait konten dari klien
- 4) Mendapatkan peluang untuk berkomunikasi dan menjaga hubungan baik dengan tim marketing yang berada di PT. Bangun Media Indonesia
- 5) Menambah pengetahuan terkait dengan proses *Data analysis*, *Feedback* dan *Reporting* kepada *client/brand*.

1.3 Tempat Kerja Profesi

Tempat melaksanakan kerja profesi yang dilakukan oleh praktikan adalah PT. Brand Media Indonesia yang berlokasi di Golden Boulevard, Jl. Pahlawan Seribu No. 31-32, Lengkong Wetan, Kec. Serpong Utara, Kota Tangerang Selatan, Banten. Perusahaan ini memiliki orientasi untuk terus berkembang dan mengikuti perkembangan dunia digital. PT. Bangun Media Indonesia merupakan perusahaan penyedia jasa media builder spesialis, dimulai dengan persiapan, ide, manajemen konten, manajemen media dan penggunaan teknologi digital.

Alasan melaksanakan kerja profesi di PT. Bangun Media Indonesia karena terdapat sebuah lowongan *internship* dengan posisi sebagai Performance Marketing Alasan ini di dukung dengan perkembangan dunia digital yang semakin berkembang dimana semua konten harus dipublikasikan dan di iklankan secara digital, sehingga banyak dari perusahaan sekarang membutuhkan seorang *performance marketing* khususnya di bagian advertising untuk membantu meningkatkan *brand* mereka menggunakan *Performance Marketing* dalam media sosial. Selanjutnya lingkungan pekerjaan yang terdapat di PT. Bangun Media Indonesia yaitu memiliki lingkungan hubungan antar karyawan dan intership yang harmonis, sehingga anak magang dan karyawan memiliki kedekatan yang baik dan tidak ada gap antara anak magang dan karyawan yang terasa, karena lingkungan yang harmonis tersebut mendorong praktikan untuk semangat dan nyaman dalam melakukan kerja profesi dan mampu untuk memberikan performa yang maksimal selama Kerja Profesi.

1.4 Jadwal Pelaksanaan Kerja Profesi

No	Kegiatan	Bulan					
		April	Mei	Juni	Juli	Agust	Sept

1	Membuat CV																			
2	Mencari Informasi lowongan Internship di beberapa <i>platform</i>																			
3	Apply CV																			
4	Mengirim CV																			
5	Mendapatkan <i>Invitation</i> PT XL Axia																			
6	Mendapatkan <i>Invitation</i> Untuk Langsung Bekerja Di PT Bangun Media Indonesia Dengan Posisi <i>Kol Specialist</i>																			
7	Memulai Kerja Profesi di Kantor BMI																			
8	Mengirim Surat Permintaan Kerja Profesi																			
9	Mendapatkan <i>Invitation</i> Untuk lanjut interview di PT XL Axia																			
12	Pelaksanaan Kerja Profesi Di PT. Bangun Media Indonesia																			
13	Bimbingan Kerja Profesi																			
14	Pembuatan Laporan Kerja Profesi																			

Tabel 1. 1 Perencanaan Waktu Kerja Profesi

Pelaksanaan kerja profesi pada Universitas Pembangunan Jaya khususnya pada program studi Ilmu Komunikasi mewajibkan mahasiswanya untuk melakukan kerja profesi sesuai dengan ketentuan waktu dari pihak

universitas yaitu selama 400 jam atau kurang lebih selama 3 bulan. Pelaksanaan kerja profesi di PT. Bangun Media Indonesia dimulai pada tanggal 12 Juni 2023 sampai dengan 1 September 2023, dengan ketentuan waktu jam kerja Senin hingga Jumat selama 9 jam per hari dan terkadang menghadiri *event* di hari Sabtu/Minggu. Sebelum melaksanakan kerja profesi di PT. Bangun Media Indonesia praktikan sudah mempersiapkan CV (*Curriculum Vitae*) semenjak bulan April, lalu selama bulan Mei, praktikan memulai untuk mencari lowongan *internship*/magang di sejumlah *platform* seperti *Glints*, *Dealls* dan beberapa melalui akun lowongan *internship*/magang dari Instagram.

Pada awal bulan juni praktikan baru sempat membuat CV (*Curriculum Vitae*) dikarenakan banyak kegiatan kampus yang harus dilaksanakan. Selama awal bulan Juni sekiranya dari tanggal 1-10 praktikan sudah menyebar CV praktikan ke berbagai platform dan juga media di social media yang menyediakan tempat yang membuka *intership*/magang seperti *Glints*, *infomagang*, *infointership* dan lain-lain. selama sepuluh hari tersebut belum ada yang mengirim balasan untuk dilanjutkan untuk ke tahap selanjutnya. Tetapi tepat pada tanggal 9 Juni hari Jumat praktikan dihubungi melalui Whatsapp oleh HRD dari PT Brand Media Indonesia dimana ia mengconfirm bahwa CV telah di terima dan praktikan dapat mulai masuk hari Senin tanggal 12 Juni 2023 sebagai *internship* di tim *Performance Marketing*. Namun pada tanggal 12 Juni tersebut praktikan mendapatkan panggilan untuk interview di PT. Axia (XL) yang mana dilaksanakan di kantor xl, dan pada tanggal 13 Juni pula praktikan mendapatkan panggilan untuk interview di MNC, namun praktikan tetap menerima tawaran dari Brand Media Indonesia untuk melakukan pekerjaan sebagai *Performance Marketing*