

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejumlah teknologi dan baru yang hadir mempengaruhi tingkat pertumbuhan ekonomi. Juga pertumbuhan media sosial semakin lama semakin besar dan luas sehingga media sosial sangat berguna bagi para perusahaan untuk merancang strategi di media soaial agar pemasaran berbagai produk mudah diterima hanya dengan menggunakan media sosial. Media sosial telah merubah pandangan masyarakat terhadap fungsi utama media sosial itu sendiri. Media sosial seperti Facebook, Instagram, dan sejenisnya adalah media untuk menjalin komunikasi pertemanan. Melihat pengguna media sosial yang kian meningkat, maka fungsi utama media sosial pun turut berubah. Saat ini Media sosial menjadi sarana alternatif untuk memasarkan berbagai produk.

Sosial media merupakan hasil dari perkembangan teknologi. Sosial media banyak digunakan perusahaan untuk menunjang per ekonomian di dalam sebuah perusahaan yang nanti sangat berguna bagi kesejahteraan para karyawan di sebuah perusahaan. Salah satunya bagian marketing dimana bagian marketing ini berperan penting dalam memasarkan sebuah produk dan juga menyusun strategi agar dalam memasarkan prouk tersebut bisa tersampaikan pada khalayak.

Didalam sebuah perusahaan dibutuhkan seorang Marketer yang nantinya akan membantu dalam melancarkan strategi di dalam media sosial untuk memasarkan produk dan juga tidak hanya memasarkan didalam sebuah aplikasi bisanya terjadi kesalahan.

Salah satu contoh perusahaan yang ada marketingnya di bank Sampoerna ini hanya 1 bagian team marketing yang dimana nantinya peran marketing dalam mengatur media sosial dan strategi pemasaran.

Salah satu contohnya seperti aplikasi Sobatku, pengguna aplikasi ini biasanya mengalami kesalahan atau error, biasanya pengguna aplikasi sobatku ini akan memberitahu team Sobatku melalui media sosial Instagram, Facebook, Whatsapp, Playstore bahwa terjadi kesalahan atau error dari team marketing itu sendiri akan menindaklanjuti kejadian tersebut agar pengguna Sobatku ini merasakan pelayanan yang diberikan oleh Sobatku.

Aplikasi Sobatku ini berbasis di ekonomi dimana aplikasi ini bisa mengatur keuangan dan bisa membayar sesuai dengan kebutuhan kita. Aplikasi sobatku memang belum populer seperti Gopay dan OVO tapi sobatku ini ingin menjadi bagian dari elektronik money. Tapi aplikasi Sobatku ini sudah terkenal di berbagai daerah. Dari segi penggunaan aplikasi Sobatku sangat berguna untuk kebutuhan ,kita bisa menabung hanya di alfamart atau melalui virtual account.

Tugas marketing disana seperti monitoring social media, juga membuat summary media social media dan juga kode refferal untuk Sobatku. Benchmark aplikasi dimana benchmark ini biasa nya melakukan perbandingan aplikasi yang mirip dengan Sobatku dengan ada perbandingan aplikasi ini aplikasi Sobatku bisa terus berkembang dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

1.2 Topik Laporan

Berdasarkan latar belakang penulis mengambil judul penulisan Laporan Praktik Kerja Lapangan ini yaitu “Peran *Marketing Communication* Sobatku dalam Monitoring Social Media di PT Sahabat Sampoerna”.

1.3 Tujuan Praktik Kerja Lapangan

Adapun tujuan dilakukannya program praktik kerja lapangan ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengaplikasikan teori-teori yang telah diperoleh di perkuliahan ke bentuk praktik yang nyata di dunia kerja perkuliahan
2. Untuk mengetahui fungsi dan tugas *Marketing Communication* dalam summary media sosial.
3. Untuk mengetahui kegiatan yang dilakukan *Marketing Communication* dalam summary media sosial.

1.4 Manfaat Praktik Kerja Lapangan

Manfaat dari pelaksanaan praktik kerja lapangan ini bagi penulis adalah sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari pelaksanaan program Praktik Kerja Lapangan ini adalah:

1. Penulis mendapatkan pengetahuan baru terkait fungsi dan tugas *Marketing Communication* dalam summary media sosial yang nantinya dapat mengamalkan ilmu yang telah di dapat.
2. Dapat mengaplikasi teori-teori yang telah di pelajari selama perkuliahan dan aplikasinya pada unit kerja Marketing, terutama pada bagian Sosial media.
3. Untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Program Strata 1 Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul.

1.4.2 Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis dari pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan ini adalah :

1. Menjadi sarana bagi penulis untuk belajar menjadi seseorang yang dapat bertanggung jawab terhadap pekerjaan yang dijalankan sebagai orang *Marketing Communication* dan menjadi pembelajaran untuk Penulis ketika memasuki dunia kerja nanti.
2. Menambah wawasan dan pengetahuan penulis mengenai berbagai kegiatan yang dilakukan oleh seorang *Marketing Communication* tepatnya pada bagian *Marketing* media sosial di PT Sahabat Sampoerna.

1.5 Lokasi dan Waktu

Lokasi dan waktu praktek kerja lapangan yang telah penulis jalani selama 3 bulan, yaitu: Sobatku , PT. BANK SAHABAT SAMPOERNA Head Office : Jl. Jend. Sudirman No.Kav 45, *Mezzanine Floor*, Karet Semanggi, Kecamatan Setiabudi, Kota Jakarta Selatan. Melakukan praktek kerja lapangan selama 3 bulan terhitung pada tanggal 25 Oktober 2019 – 25 Januari 2020, dengan hari kerja setiap hari senin-jumat pukul 08:30-18:00 WIB di Sobatku di bimbing oleh Ibu Ratih Komala Sari selaku *Product Development*.