BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Digital marketing merupakan suatu kegiatan pemasaran atau promosi sebuah *brand* atau produk menggunakan media *digital* atau internet. Tujuan *digital marketing* adalah untuk menarik konsumen dan calon konsumen secara cepat. Penerimaan teknologi dan internet di masyarakat sangat luas, sehingga tidak heran kegiatan pemasaran secara *digital* dijadikan pilihan utama oleh perusahaan-perusahaan. Akibatnya, perusahaan saling berkompetisi membuat konten-konten yang menarik untuk ditampilkan dalam pemasarannya di dunia maya. Keunggulan *digital marketing* yang bisa didapatkan berupa, pengukuran hasil digital marketing yang akurat, digital marketing untuk menjangkau target pasar yang ideal, *digital marketing* membuat pasar menjadi lebih kompetitif, kemudahan untuk merubah taktik dan strategi, *digital marketing* mampu menjangkau target pasar yang lebih luas.

Beberapa tahun belakangan ini jumlah pengguna alat elektronik berkembang secara tajam. Smartphone dan internet menjadi sebuah bagian tidak terpisahkan dari kehidupan banyak orang. Itu sebabnya saat ini perusahaan lebih ingin menayangkan iklan mereka di social media, seperti Instagram, Facebook, Youtube sebagai peluang promosi *brand* mereka.

Dalam *digital marketing* dibutuhkan *content creator* yang merupakan sebuah profesi yang membuat suatu konten, baik berupa tulisan, gambar, video, suara, ataupun gabungan dari dua atau lebih materi. Konten-konten tersebut dibuat untuk media, Youtube, Facebook, Instagram, Dll. Seorang *Content Creator* juga membuat konten berupa berita, Tutorial, Update dan sebagainya dan masih melalui tulisan, yang selanjutnya akan di proses kembali menjadi sebuah video.

Dalam melakukan suatu usaha, iklan adalah salah satu hal yang penting untuk dipertimbangkan. Seni untuk menjual produk memang sudah dikenal sejak lama. Hanya saja media dan cara yang digunakan selalu berubah-ubah dari waktu ke waktu. Kreativitas manusia memang sangat diperlukan dalam memasarkan sesuatu. Tanpa iklan terkadang sulit sebuah usaha untuk dapat dikenal. Iklan bukan hanya promosi yang dipasang di koran atau di TV dan radio. Promosi yang dilakukan dari mulut ke mulut juga juga merupakan iklan, misalnya makanan sebuah restoran enak sekali. Bisa juga karena layanannya yang baik.

Iklan tradisional adalah metode pemasangan promosi yang ada sebelum era internet. Iklan di koran, brosur, majalah untuk media cetak. TV dan Radio dengan media yang berbeda. Juga spanduk dan *billboard* di pinggir jalan. Serta beberapa metode lain. Iklan tradisional tidak bisa diukur dengan cara yang sangat sederhana. Salah satu cara untuk mengukurnya adalah dengan survei kepada pembeli, darimana mereka tahu tentang produk ini. Namun untuk memperkenalkan merek atau produk yang baru iklan tradisional akan lebih terasa manfaatnya.

Dimulainya era internet metode untuk pemasangan iklan juga berkembang. Awalnya melalui email, kemudian berkembang iklan di situs, iklan di Facebook, iklan menggunakan pencarian kata di Google dan terakhir, iklan menggunakan media sosial seperti Instagram dan Twitter. Dalam suatu studi yang dilakukan oleh *Trueimpact* yang membandingkan efek antara iklan cetak (brosur yang dikirim ke alamat) dengan digital yang berupa *email* dan iklan di situs. Teknologi yang digunakan dalam studi adalah memonitor pergerakan mata dan mengukur gelombang otak.

1.2 Tujuan Kuliah Kerja Praktek (KKP)

Kuliah Kerja Praktek (KKP) merupakan salah satu matakuliah yang terdapat pada kurikulum program S-1 Fakultas Ilmu Komunikasi Jurusan *Broadcasting*, yang harus dilaksanakan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan perkuliahan.

Melalui Kuliah Kerja Praktek (KKP) ini, mahasiswa diharapkan dapat menerapkan teori-teori ilmiah yang diperoleh dari bangku akademis untuk melihat, menganalisis dan memecahkan masalah dilapangan, mempraktekkan kemampuan yang ada, serta memproleh pengalaman dilapangan yang berguna dalam perwujudan pola kerja yang akan dihadapi nantinya dalam lingkungan pekerjaan.

1.2.1 Tujuan Umum Kuliah Kerja Praktek

1. Mampu mengembangkan dan menerapkan disiplin ilmu yang diproleh selama masa perkuliahan.
2. Memperkenalkan kepada mahasiswa secara langsung situasi kerja yang sebenarnya sehingga kelak mampu beradaptasi dengan lingkungan pekerjaan yang akan dihadapi.
3. Mengetahui secara langsung pengaplikasian dari teori yang diperoleh dari bangku kuliah.

1.2.2 Tujuan Khusus Kuliah Kerja Praktek

Adapun tujuan khusus dalam Kuliah Kerja Praktek (KKP) adalah sebagai berikut :

1. Mengenal dan mengetahui secara langsung mengenai proses menjadi content crator dalam perusahaan.
2. Memperdalam ilmu pengetahuan.
3. Memperoleh wawasan tentang dunia kerja yang diperoleh di perusahaan.

1.3 Manfaat Kuliah Kerja Praktek (KKP)

1.3.1 Manfaat Bagi Mahasiswa

1. Meningkatkan kedisiplinan dan tanggung jawab dalam kerja

2. Dapat memperoleh gambaran dunia kerja yang nantinya berguna bagi mahasiswa yang apabila telah menyelesaikan perkuliahannya, sehingga dapat menyesuaikan diri dengan dunia kerja.
3. Dapat mengaplikasikan ilmu dan keterampilan yang telah diperoleh pada masa kuliah.
4. Dapat mengetahui perbandingan antara teori dan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan dengan Kuliah Kerja Praktek (KKP),

1.3.2 Manfaat Bagi Akademik

1. Dapat meningkatkan kerjasama antara lembaga pendidikan khususnya pihak Akademik dengan PT. Serasa Food
2. Dapat mempromosikan keberadaan Akademik di tengah-tengah dunia kerja khususnya di PT. Serassa Food

1.4 Waktu dan Tempat Kuliah Kerja Praktek

Lokasi Kuliah Kerja Praktek (KKP) saya terletak di Rukan Avenue No.8-106, RT.11/RW.8, Cakung Tim., Kec. Cakung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13910. Saya bekerja selama ± 5 jam dalam sehari untuk membantu di PT. Serasa Food dalam pembuatan konten.