

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Teknologi yang semakin berkembang memiliki banyak peranan dan manfaat dalam kehidupan umat manusia, antara lain : memudahkan dalam mencari dan menyebarkan informasi, menjadikan pekerjaan lebih efektif dan efisien, Membantu antar sesama manusia dalam menjalin hubungan komunikasi melalui berbagai saluran media, dan lain sebagainya.

Sehubungan dengan semakin cepatnya perubahan dan perkembangan yang terjadi di dunia ini , maka manusia membutuhkan adanya peranan media sebagai media yang informatif bagi mereka. Melalui media massa, masyarakat berharap mendapatkan adanya informasi ataupun berita yang sifatnya faktual dan dapat dipercaya kebenarannya.

Media digital adalah media yang kontennya berbentuk gabungan data, teks, suara, dan berbagai jenis gambar yang disimpan dalam format digital dan disebarluaskan melalui jaringan berbasis kabel optic broadband, satelit dan sistem gelombang mikro.

Namun berdasarkan hasil riset berjudul “*Most Littered Nation In the World*” yang dilakukan oleh Central Connecticut State University di tahun 2016, mereka menyimpulkan bahwa minat baca generasi Millennial di Indonesia masih sangat rendah. Salah satu faktor yang mempengaruhi adalah dikarenakan mereka lebih aktif dalam menggunakan media sosial seperti, Facebook, Instagram, dan Twitter daripada membaca koran ataupun buku pengetahuan.

Oleh karena itu, saat ini media massa di Indonesia mulai merambah ke penggunaan media digital sebagai sarana menyebarkan informasi. Tujuannya adalah agar dapat menarik simpatisan kaum generasi Millennial untuk tetap dapat mengetahui perkembangan dan perubahan yang terjadi di sekitar mereka, walaupun hanya melalui akitvitas penggunaan sosial media.

Selain itu, topik berita yang diunggah dan diulas juga sangatlah beragam, tidak hanya selalu tentang politik, tetapi juga mengenai

entertainment, sport, education, lifestyle, dan lain sebagainya. Disajikan dengan tampilan menarik dan bahasa yang ringan, maka diharapkan dapat mampu meningkatkan daya tarik membaca dan sebagai media edukasi dikalangan generasi Millennial.

Di Indonesia, IDN Media merupakan salah satu perusahaan media yang sudah memanfaatkan penggunaan media digital sebagai pengganti media massa konvensional. Perusahaan ini menerapkan penggunaan website dan sosial media sebagai media untuk menyalurkan berita dan informasi.

Selain menjadi media berita secara online, perusahaan IDN Media juga ikut serta menyampaikan informasi kepada khalayak secara offline, dengan menyelenggarakan berbagai acara atau yang biasa kita sebut dengan event.

Event adalah kegiatan yang dilakukan oleh sebuah organisasi dengan mendatangkan orang banyak ke suatu tempat dengan tujuan agar mereka mendapatkan suatu informasi atau pengalaman penting, serta tujuan penting lainnya yang diselenggarakan oleh pihak penyelenggara.

1.2. Topik Laporan

Dalam laporan ini Penulis ingin membahas lebih lanjut mengenai Peranan Marketing Communication Mendukung Kebutuhan Event “Popmama Parenting Academy 2019” di IDN Media.

1.3. Tujuan Praktik Kerja Lapangan

Tujuan penulis melaksanakan kuliah kerja praktik sebagai seorang Marketing Communication di Perusahaan IDN Media adalah sebagai berikut :

1. Untuk memenuhi syarat mata kuliah Kuliah Kerja Praktik.
2. Penulis ingin mempraktekkan ilmu yang sudah didapatkan dari Universitas secara langsung, mengenai pekerjaan seorang Marketing Communication.
3. Mengetahui dan mempelajari secara langsung tahapan atau proses kerja yang dilakukan seorang Marketing Communication di sebuah perusahaan.
4. Menambah wawasan dan pengetahuan penulis seputar dunia pekerjaan Komunikasi.

1.4. Manfaat Praktik Kerja Lapangan

Program mata kuliah Kuliah Kerja Praktik ini sendiri menurut penulis memiliki banyak manfaat yang dibedakan menjadi dua kepentingan, yaitu:

1.4.1. Kepentingan Teoritis

Laporan ini diharapkan dapat berguna sebagai media penyampaian teori yang berkaitan dengan sistem kerja marketing communication dan penyelenggaraan sebuah event secara langsung dengan kajian yang terkait.

1.4.2. Kepentingan Praktis

Sementara secara praktis, laporan ini diharapkan dapat menambah wawasan penulis mengenai peranan marketing communication dalam dunia pekerjaan dan membagikan ilmu yang didapatkan selama PKL kepada para pembaca.

1.5. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi laporan Kuliah Kerja Praktek ini, maka penulis membaginya kedalam beberapa sub bab pembahasan, yakni sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini, berisi penjelasan mengenai latar belakang, topik laporan, tujuan dan manfaat Kuliah Kerja Praktek, dan sistematika penulisan laporan.

BAB II KERANGKA TEORI

Kerangka teori disini, menjelaskan mengenai teori-teori dan definisi yang dikekemukakan oleh para ahli, yang berkaitan dan berhubungan secara langsung dengan Praktek Kerja Lapangan yang dilaksanakan oleh penulis sendiri.

BAB III GAMBARAN PERUSAHAAN TEMPAT PRAKTIK KERJA LAPANGAN

Bab ini menjelaskan seputaran perusahaan IDN Media yang dipilih oleh penulis sebagai tempat melaksanakan PKL. Pembahasan yang akan dibahas, seperti : sejarah perusahaan IDN Media, klasifikasi media yang

ada di IDN Media, struktur organisasi yang ada di IDN Media beserta *job-desk* nya, dan pelaksanaan kegiatan yang dilakukan oleh penulis selama PKL.

BAB IV PEMBAHASAN

Didalam bab ini, membahas gambaran kegiatan yang dilakukan oleh penulis selama melaksanakan PKL di IDN Media dan membahas mengenai peranan marketing communication dalam mendukung kebutuhan event Popmama Parenting Academy 2019 yang ada di IDN Media.

BAB V PENUTUP

Didalam bab terakhir ini, berisi kesimpulan dan saran yang berkaitan erat dengan pembahasan yang ada di bab-bab sebelumnya.