

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi internet di masa ini sangat dipergunakan dengan mudah untuk melakukan segala hal, karena sangat efektif dan mempermudah dalam melakukan berbagai hal. Seperti untuk memperjual belikan suatu barang atau jasa, mempromosikan produk atau jasanya. Terlebih lagi pada masa pandemi yang serba menggunakan teknologi internet untuk melakukan pembelajaran sekolah yang diadakan secara daring karena adanya pandemi, dan pemasaran yang dilakukan secara daring karena adanya keterbatasan masyarakat untuk keluar rumah dan melakukan aktivitas normal seperti biasanya. Oleh sebab itu dengan adanya pandemi pemikiran masyarakat mulai terbuka dengan adanya digital marketing, yang dapat mempermudah dalam mengerjakan segala sesuatu sehingga hingga pada saat ini digital marketing semakin berkembang dengan pesat. Dengan rangkaian marketing yang merupakan rangkaian dari kegiatan untuk menyampaikan, mengkomunikasikan dan menciptakan yang berupa kegiatan dalam lingkup marketing.

Apalagi dengan adanya internet serta media sosial sebagai sarana bagi masyarakat untuk melakukan banyak hal, penggunaan internet di masa sekarang yang sangat berguna serta meluas, dan hampir seluruh masyarakat yang ada di dunia ini tidak luput dari internet. Terutama pada saat pandemi yang dimana pemerintah menganjurkan setiap sekolah, pekerjaan hingga melakukan penjualan melalui media sosial karena diterapkannya program “PPKM” Program pemerintah guna atasi masa pandemi tersebut, sehingga, hingga saat ini media sosial menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari bagi setiap orang.

perkembangan dalam dunia media sosial terjadi dengan cepat, dan tren serta dinamika dapat berubah seiring waktu. Sementara media sosial memberikan banyak manfaat, pengguna juga dihadapkan pada sejumlah tantangan yang perlu diatasi, termasuk isu privasi, keamanan, dan dampak pada kesehatan mental. Mempertahankan keseimbangan dan menggunakan media sosial secara bijak menjadi semakin penting dalam era digital ini. Media sosial dengan Digital marketing sering kali terkait dan sering digunakan bersama-sama sebagai bagian dari strategi pemasaran holistik, dengan melakukan Brand Awareness, interaksi keterlibatan pelanggan, kolaborasi & influencer marketing, SEO & konten Optimalisasi. Sehingga hal ini dapat menjadikan Integrasi yang baik antara media sosial dan pemasaran digital dapat membantu organisasi mencapai tujuan pemasaran mereka dengan lebih efektif, memaksimalkan jangkauan, dan membangun keterlibatan yang lebih dalam dengan audiens mereka.

Menurut (Kotler & Armstrong, 2016) marketing merupakan proses perusahaan dalam menciptakan nilai dan hubungan dengan pelanggan. Perkembangan di dalam dunia bisnis saat ini membuat proses marketing 2 ikut berkembang. Marketing dibagi menjadi dua jenis yaitu tradisional marketing dan digital marketing. Tradisional marketing merupakan strategi pemasaran yang tidak melibatkan media atau platform digital, jenis ini ada sebelum era internet dan seringkali terlibat dalam saluran online. Meskipun begitu tradisional marketing sangat signifikan dalam beberapa industri dan konteks bisnis. Sedangkan digital marketing merupakan bentuk pemasaran dengan menggunakan platform dan saluran online atau digital untuk mempromosikan produk atau layanan. Dalam dunia yang semakin terhubung secara digital, digital marketing juga menjadi kunci strategis untuk kesuksesan bisnis.

Dengan adanya digital marketing dapat mempermudah masyarakat dalam melakukan marketing pada bisnisnya dengan cara yang lebih praktis dan efisien dengan menggunakan media digital dan di unggah

dan dipromosikan pada beberapa platform ataupun website, jadi lebih mempermudah dan menghemat pengeluaran biaya untuk promosi dengan menggunakan spanduk, pamflet, billboard (papan reklame). Dengan menggunakan media seperti itu, dapat menjangkau masyarakat dengan lebih luas. aktivitas promosi dalam mempromosikan produk atau jasa melalui jaringan elektronik atau online dengan tujuan membuat konsumen atau calon konsumen tertarik terhadap produk yang ditawarkan (Cristiani & Djajalaksana, 2022).

Dengan dipergunakannya digital marketing dengan baik dapat membantu kegiatan pemasaran hanya dengan penggunaan internet. Dengan memakai cara ini dapat membantu kegiatan pemasaran dimanapun mereka berada. Digital marketing juga menjadi pilar utama dalam strategi pemasaran perusahaan pada era modern ini. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Ritz et al., 2019) yang menjelaskan digital marketing sebagai bahan penawaran barang dan jasa yang memanfaatkan teknologi digital khususnya internet, selain penggunaan ponsel, tayangan iklan, dan juga media digital lain. Menurut (Tjiptono & Diana, 2016) 3 penetapan harga barang dan jasa pada pasar sasaran yang melalui internet atau media digital seperti smartphone membutuhkan proses strategi, mengembangkan, mendistribusikan, mempromosikan dan menetapkan harga barang dan jasa pada pasar sasaran disebut E-Marketing (Electronic Marketing).

Integrasi digital marketing dengan strategi SEO membawa manfaat yang sangat besar bagi Digital marketing membawa kerangka kerja yang cukup luas, SEO hanya fokus pada elemen teknis dan konten spesifik yang diperlukan untuk mencakup tujuan tersebut. dengan menggabungkan keduanya akan menjadikan, pemasaran yang efektif dan berkelanjutan.

Perkembangan teknologi informasi dan penggunaan luas internet telah membuka peluang baru dalam mencapai audiens, membangun merk, dan meningkatkan penjualan melalui saluran digital. Salah satu aspek terpenting dari digital marketing adalah *Search Engine Optimization* (SEO). Yang memegang kunci penting terhadap peran krusial dalam meningkatkan visibilitas online. Peran Search Engine Optimization (SEO), SEO memerankan peran penting dalam dunia ekosistem digital marketing. SEO berfungsi sebagai strategi kunci dalam meningkatkan peringkat pada pencarian pada situs pencarian. Dengan menggunakan strategi yang tepat, perusahaan dapat memastikan bahwa kontennya muncul pada halaman satu pada mesin pencari. Sehingga sangat meningkatkan peluang bagi perusahaan tersebut agar dikenal oleh pelanggan.

1.2 Tujuan

Tujuan dilaksanakan magang yaitu:

1. Untuk mengetahui media digital marketing yang diterapkan pada PT. Otak Kanan.
2. Untuk mengetahui produk yang dimiliki oleh PT. Otak Kanan .
3. Untuk mengetahui kendala dalam kegiatan menggunakan media digital marketing yang dihadapi oleh PT. Otak Kanan.

1.3 Manfaat

1.3.1 Manfaat Untuk UPN “Veteran” Jawa Timur

1. Meningkatkan hubungan untuk kepentingan masyarakat luas khususnya perusahaan dan mendorong pendidikan dalam bidang kemahasiswaan.
2. Mendemonstrasikan kepedulian UPN “Veteran” Jawa Timur dalam pendidikan ekonomi dan menunjukkan dukungannya melalui kinerja mahasiswa/I dalam dunia kerja.

3. Memberikan jalan dan kesempatan magang bagi mahasiswa/i angkatan selanjutnya di UPN “Veteran” Jawa Timur khususnya jurusan Administrasi Bisnis.

1.3.2 Manfaat Untuk Mitra Magang

1. Menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam hal penilaian kualitas mahasiswa/i. Sebagai bahan evaluasi pada sistem kinerja yang sudah berjalan di dalam perusahaan tersebut yang dapat di kembangkan khususnya oleh PT Otak Kanan.
2. Sebagai evaluasi pada sistem kinerja yang sudah berjalan didalam perusahaan tersebut yang dapat dikembangkan khususnya oleh PT Otak Kanan

1.3.3. Manfaat Untuk Mahasiswa

1. Memperoleh pemahaman tentang hubungan antara teori di kampus dengan pengaplikasikannya di lapangan.
2. Mengembangkan kebiasaan bekerja secara profesional.
3. Mengenal dan belajar tentang penerapan Digital Marketing

1.4 Tujuan Penulisan Topik Magang

Sebagai bentuk tanggung jawab terhadap Kementerian Riset, Teknologi dan Perguruan Tinggi, Kampus UPN Veteran Jawa Timur dan Mitra PT. Otak Kanan dalam pelaksanaan magang bersertifikat Tahun 2023.