

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Setiap perusahaan yang bergerak dibidang jasa maupun distributor pastinya memerlukan strategi pemasaran untuk menyebarluaskan produk maupun jasa yang disediakan. *Marketing Communications* merupakan pemasaran yang dilakukan, namun pemasaran yang dilakukan dengan menggunakan strategi (Copley, P., 2007). Komunikasi marketing memiliki objektif dan peran yang penting dalam perusahaan, terutama dalam mempromosikan dan memasarkan produk atau jasa kepada pelanggan. Beberapa penelitian telah menyatakan bahwa pengiklanan produk yang disertai oleh pemasaran dan *public relations* memberikan dan menghasilkan penjualan yang lebih besar. *Public Relations* bukan hanya meningkatkan penjualan, tapi penempatan departemen iklan yang benar dan juga menanggung jawab seluruh seleksi media. *Marketing communication* dan *Public Relations* bukan hanya memiliki nilai operasional yang baik, tapi juga memiliki sejarah yang luar biasa (Esther Thorson & Jeri Moore, 2013).

*Marketing public relations* adalah proses perencanaan dan pengevaluasian program yang mendorong pembelian dan kepuasan setiap customer melalui komunikasi yang berisi informasi yang dapat dipercaya dan kesan baik yang menggambarkan perusahaan dan produk sesuai dengan kebutuhan pelanggan (Roslan,

2001). *Marketing Public Relations* mendekati komunikasi *two-way communication* antara brand dengan khalayak nya, dimana menjadi suatu upaya mengkomunikasikan suatu konsep kreatif yang merupakan ide suatu organisasi. Strategi komunikasi pemasaran ini dapat diartikan sebagai pengelolaan komunikasi untuk memotivasi pembelian pelanggan dan juga kepuasan pelanggan (R. Kasali, 2003).

Perusahaan yang memanfaatkan *Marketing Public Relations* adalah PT Enwan Multi Partindo, yang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang distributor spare part motor *RaCingBoy* (RCB). RCB adalah sebuah merek yang menghasilkan berbagai jenis sparepart untuk sepeda motor, terutama dalam kategori aksesoris. Merek ini berasal dari Malaysia dan didirikan pada tahun 1995 oleh seorang penggemar sepeda motor yang ingin menciptakan produk-produk aksesoris yang berkualitas tinggi dan inovatif untuk dunia balap sepeda motor. Racing Boy semakin berkembang dan memperluas jangkauannya untuk mencakup berbagai jenis sparepart dan aksesoris, seperti rim, *footrest*, *brake system*, dan lain-lain. Produk-produk Racing Boy dikenal di seluruh dunia dan telah banyak digunakan oleh para pembalap dan penggemar sepeda motor. RCB juga dikenal sebagai merek yang memperhatikan kualitas produk dan inovasi teknologi terkini. Hal ini terlihat dari peningkatan kualitas dan fitur-fitur terbaru yang terus diperkenalkan oleh merek ini. Oleh karena itu, Racing Boy menjadi salah satu merek yang populer di kalangan para pecinta sepeda motor

PT Enwan Multi Partindo merupakan perusahaan yang tidak memiliki divisi *Public Relations* secara khusus. Namun, perusahaan ini memiliki sebuah divisi yang secara efektif menjalankan tugas tugas terkait dengan *Public Relations* yang di

perusahaan tersebut dinamakan Divisi Marketing Communications. Divisi Marketing Communications bertanggung jawab dalam membangun hubungan baik dengan pelanggan, mitra bisnis, dan masyarakat luas. Divisi Marketing Communications memastikan komunikasi yang efektif tentang produk dan layanan perusahaan kepada publik. Divisi ini juga berperan dalam mengelola citra perusahaan, merencanakan dan melaksanakan strategi pemasaran yang terintegrasi, serta mengelola hubungan dengan media dan pers. Dengan adanya divisi Marketing Communications yang profesional dan berdedikasi, PT Enwan Multi Partindo mampu menjalankan tugas-tugas *public relations* dengan baik, membangun reputasi yang kuat, dan memperluas jangkauan serta pengaruh perusahaan di pasar (Gregory, A. 2021).

PT Enwan Multi Partindo melakukan strategi pemasaran menggunakan strategi *marketing public relations* dengan harapan untuk meningkatkan brand awareness perusahaan dan untuk memotivasi pembelian produk pada khalayak. Perusahaan ini menggunakan media sosial (tik-tok, instagram dan youtube) sebagai platform untuk melakukan promosi produk dan juga marketing. PT Enwan Multi Partindo juga bekerja sama dengan *Key Opinion Leader* untuk melakukan promosi dan marketing. PT Enwan Multi Partindo merupakan perusahaan yang tidak hanya berfokus kepada penjualan, tapi juga pada kepuasan pelanggan, kualitas dan juga keamanan pelanggan yang menjadi visi misi utama perusahaan. Perusahaan juga memiliki target pasar yaitu khalayak yang mencintai hal mengenai kendaraan bermotor roda dua dan juga aksesoris aksesoris bagian dari kendaraan roda dua. Transportasi kendaraan beroda dua ini juga banyak sekali penggunaannya di masyarakat Indonesia karena melainkan

kendaraan yang murah, kendaraan roda dua juga dapat melintasi jalanan yang padat. Menurut data Korlantas Polri, jumlah sepeda motor yang terdaftar di Indonesia mencapai 126 juta unit (Janlika. 2022). RCB menyediakan aksesoris dan sparepart motor yang memiliki kualitas terjamin. Kepuasan khalayak pengguna sparepart dan aksesoris RCB sangat diutamakan karena PT Enwan Multi Partindo ikut serta dalam Sponsor *live* MOTOGP dan produk produk RCB juga banyak digunakan tim motor balap papan atas. Bukan hanya untuk jati diri, tapi keamanan dan kualitas juga menjadi hal yang paling penting dalam penggunaan produk RCB (Adwitiya.A, 2021).

RCB memiliki akun media sosial Tik tok, Instagram dan juga YouTube, yang telah memiliki banyak pengikut dan penggemarnya. Perusahaan menggunakan platform media sosial untuk membuat konten yang bermanfaat dan juga untuk mempromosikan produk dengan strategi marketing PR. Dengan demikian pemegang memiliki tujuan untuk mempromosikan produk yang ditawarkan perusahaan untuk target audiensnya dan membangun kepercayaan dan loyalitas masyarakat terhadap perusahaan dengan membuat konten konten yang kreatif.



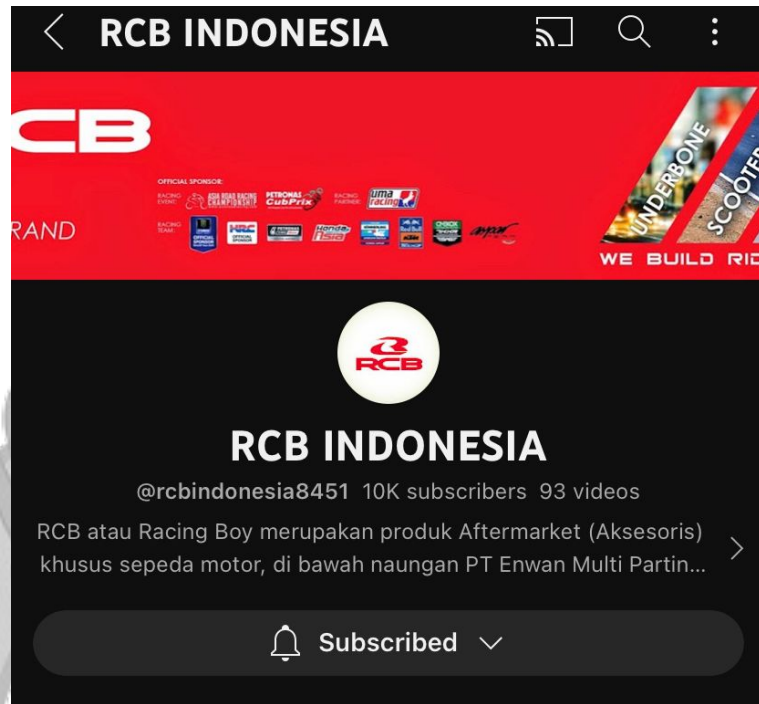
Gambar 1.1 Media sosial Instagram PT Enwan Multi Partindo  
Sumber: Instagram @rcb\_official\_Indonesia



Welcome To Official Account Tiktok RCB Indonesia

<https://linktr.ee/RCBofficialIndonesia>

Gambar 1.2 Media Sosial TikTok PT Enwan Multi Partindo  
Sumber: TikTok @rcbindonesia.id



Gambar 1.3 Media Sosial YouTube PT Enwan Multi Partindo  
Sumber: YouTube RCB INDONESIA

## 1.2 Tujuan Magang

Tujuan magang dalam pelaksanaan magang ini adalah;

Untuk mempelajari peran Divisi arketing communications dalam menjalankan strategi *Marketing Public Relations* di PT Enwan Multi Partindo.

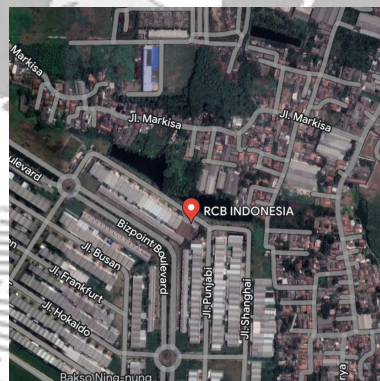
## 1.3 Ruang Lingkup & Batasan Magang

Ruang lingkup adalah Divisi Marketing Communications. Batasan ; Pemegang membantu divisi marketing communications PT Enwan Multi Partindo dalam melaksanakan kegiatan pembuatan konten dan membantu mengatur jadwal dengan *Key Opinion Leader*, seperti menganalisis content harian, memberikan ide dan masukan konten, *copywriting caption*, berkontribusi dalam pembuatan iklan, berkontribusi

dalam proses fotoshoot produk dan mengevaluasi performa dari media sosial perusahaan.

#### 1.4 Lokasi & Waktu Magang

Pemegang melakukan kegiatan magang di PT Enwan Multi Partindo yang berlokasi di Bizpoint Boulevard, Bizpoint V, Block LV nomor 57, 59 dan 61, Sukamulya, Kecamatan Cikupa, Kabupaten Tangerang, Banten 15710. Pelaksanaan magang di PT ENWAN MULTI PARTINDO dilakukan dari tanggal 20 Februari sampai dengan 31 Mei 2023. Konsep dan teori yang akan digunakan untuk menganalisa aktivitas pekerjaan yang dilakukan perusahaan Untuk menunjang aktivitas magang analisis mendalam.



Gambar 1.4 Lokasi PT Enwan Multi Partindo  
Sumber: Google Maps