BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Magang

Indosat merupakan perusahaan penyedia layanan telekomunikasi yang sudah terkenal di Indonesia, merupakan provider telekomunikasi terbesar kedua di Indonesia yang terus mengembangkan komunikasi pemasaran yang inovatif. Penulis melihat bahwa kegiatan komunikasi pemasaran Indosat sangatlah beragam, sehingga penulis memutuskan untuk melakukan kegiatan magang di PT. Indosat dengan mengajukan permohonan agar ditugaskan di divisi *marketing communication*. Karena *divisi marketing communication* merupakan divisi penting dan sebagai ujung tombak sebuah perusahaan.

Kegiatan magang merupakan kegiatan lapangan atau praktek kerja yang dilakukan secara aktif dalam suatu perusahaan atau instansi yang diikuti oleh mahasiswa peserta magang. Pihak perusahaan atau instansi berhak untuk mendayagunakan mahasiswa peserta magang seoptimal mungkin selama berkaitan dengan lingkup tugas magangnya. Program magang ini dapat menjadi pembelajaran yang baik bagi mahasiswa apalagi ini merupakan praktek nyata dunia kerja, pengimplementasian dari teori yang dipelajari. Mahasiswa peserta magang harus tanggap menghadapi segala kemungkinan yang mungkin terjadi. Bagaimana menghadapi orang yang menjadi atasan kita, bagaimana mengatasi setiap permasalahan yang muncul dan bagaimana pembawaan diri kita agar kita dapat menjaga nama baik diri sendiri dan menjaga nama baik lembaga pendidikan, dalam hal ini Institut Manajemen Telkom.

Selama kegiatan magang, penulis mendapatkan beberapa pekerjaan. Salah satunya adalah promosi iklan luar ruang Indosat ke masyarakat. Penulis mempunyai pandangan bahwa pemasangan iklan luar ruang sangat menarik untuk dikaji, terutama untuk meningkatkan *brand awareness* dibenak konsumen. Dalam laporan magang ini, penulis akan mengkaji media iklan luar ruang Indosat dengan menggunakan teori – teori komunikasi pemasaran yang telah didapatkan penulis selama kuliah.

1.2 Tujuan Magang

1. Memberikan kesempatan kepada mahasiswa peserta magang untuk memperoleh pengalaman kerja sekaligus mempraktekkan konsep dan teori yang diperoleh selama masa perkuliahan dalam kegiatan praktek di perusahaan atau instansi secara nyata.
2. Untuk mengetahui mengetahui lingkungan kerja yang sebenarnya dari suatu perusahaan atau instansi.
3. Untuk mempersiapkan diri dan menumbuhkan minat dan kaitannya dengan penyusunan tugas akhir.
4. Untuk mengetahui proses kerja yang terdapat di perusahaan atau instansi, terutama divisi *Marketing Communication* di PT. Indosat Tbk. Sales Area Bandung.

1.3 Manfaat Magang

a) Untuk mahasiswa

1. Kegiatan magang ini diharapkan dapat menambah kemampuan, ketrampilan, dan wawasan mahasiswa, sehingga nantinya akan menghasilkan lulusan yang memenuhi tuntutan pasar kerja.
2. Mahasiswa menjadi terbiasa dengan dunia kerja yang sebenarnya dan budaya organisasi perusahaan, menumbuhkan rasa tanggung jawab, dan melatih disiplin kerja.
3. Memperoleh wawasan untuk meningkatkan dan memperbaiki kemampuan serta keahlian mahasiswa.

b) Untuk lembaga pendidikan (Institut Manajemen Telkom)

1. Bagi kepentingan perkembangan akademik, hasil magang mahasiswa diharapkan dapat dijadikan umpan balik bagi lembaga pendidikan Institut Manajemen Telkom, khususnya yang berkaitan dengan peningkatan wawasan pengetahuan tenaga pengajar, muatan kurikulum lokal, serta variasi dan kedalaman materi perkuliahan secara keseluruhan.
2. Terjalinnya kerjasama yang saling menguntungkan antara Institut Manajemen Telkom dengan instansi atau perusahaan.

3. Nama Institut Manajemen Telkom akan lebih dikenal
4. Dapat meningkatkan kualitas lulusan dengan adanya program magang.

c) Untuk instansi atau perusahaan

1. Terbangunnya kerjasama antara dunia pendidikan dan perusahaan atau instansi tertentu.
2. Perusahaan atau instansi akan mendapatkan bantuan tenaga mahasiswa peserta magang.