

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Politeknik Negeri Jember adalah perguruan tinggi negeri vokasi di Indonesia yang fokus pada pendidikan berbasis keahlian terapan untuk menghasilkan lulusan berkualitas yang siap bersaing di dunia kerja sesuai bidang kompetensinya. Sebagai institusi pendidikan vokasi, Politeknik Negeri Jember memiliki tanggung jawab untuk menyediakan pembelajaran yang relevan dengan kebutuhan industri. Salah satu cara untuk mewujudkan hal ini adalah melalui program magang. Program ini memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengaplikasikan ilmu dan keterampilan yang diperoleh selama masa studi dalam situasi kerja nyata. Dilaksanakan pada semester tujuh dengan durasi kurang lebih empat bulan, kegiatan magang bertujuan untuk membekali mahasiswa agar mampu memenuhi kebutuhan dunia kerja serta memiliki kompetensi wirausaha yang memadai.

Program Studi Destinasi Pariwisata, yang berada di bawah naungan Jurusan Bahasa, Komunikasi, dan Pariwisata Politeknik Negeri Jember, mempersiapkan lulusan untuk menjadi tenaga ahli dalam pengembangan destinasi wisata serta pengelolaan industri pariwisata. Lulusan Program Studi Destinasi Pariwisata diharapkan mampu berperan dalam pengelolaan acara (event management), pemasaran pariwisata, dan pengembangan daya tarik wisata yang kreatif serta inovatif. MICE (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition) atau yang dikenal dengan pertemuan, perjalanan insentif, konvensi, dan pameran, merupakan sektor industri yang bagian kegiatannya termasuk dalam kategori pariwisata. Kegiatan MICE biasanya direncanakan dengan cermat oleh individu atau kelompok, dengan tujuan dan kepentingan yang serupa dalam penyelenggaraannya (Desthiani & Suwandi, 2019). Keterlibatan dalam program magang di PT. Debindo Mitra Tama memberikan mahasiswa Destinasi Pariwisata peluang untuk mempraktikkan keterampilan di bidang manajemen event, khususnya dalam konteks pameran (exhibition) sebagai salah satu bagian dari industri pariwisata yang berkembang pesat. Pameran merupakan suatu bentuk dalam usaha jasa pertemuan, yang mempertemukan antara produsen dan pembeli namun pengertian pameran lebih jauh adalah kegiatan promosi yang dilakukan oleh suatu produsen, kelompok, organisasi, perkumpulan tertentu dalam bentuk menampilkan display produk kepada calon relasi atau pembeli (Desthiani & Suwandi, 2019). Industri event exhibition telah berkembang pesat sebagai salah satu media pemasaran yang efektif untuk mempertemukan pelaku bisnis dengan konsumen. Sebagai Professional Exhibition Organizer (PEO), PT. Debindo Mitra Tama berperan penting dalam merancang, menyelenggarakan, dan mempromosikan berbagai event exhibition di

Indonesia. Dalam proses ini, strategi promosi yang efektif menjadi salah satu kunci keberhasilan untuk menarik minat pengunjung dan peserta pameran.

Di era digital, promosi melalui media sosial menjadi salah satu cara yang paling strategis. Menurut data yang dirilis oleh (Riyanto, 2022), dari total populasi Indonesia sebanyak 277,7 juta orang, terdapat 191,4 juta pengguna aktif media sosial. Angka ini menunjukkan peningkatan sebesar 12,6% (bertambah 21 juta pengguna) dibandingkan dengan tahun 2021. Platform seperti Instagram menawarkan peluang besar untuk menjangkau audiens secara lebih luas melalui konten kreatif berupa video reels dan postingan feed. Namun, efektivitas promosi tidak hanya bergantung pada kualitas visual di sosial media tetapi juga pada strategi perencanaan konten yang terstruktur. Konten yang disusun tanpa rancangan yang jelas, seperti pembagian antara soft selling dan hard selling, berpotensi menurunkan daya tarik serta dampak promosi. Membangun rencana konten yang efektif adalah langkah krusial dalam strategi pemasaran konten yang sukses. Dengan memiliki rencana yang terstruktur dapat meningkatkan kualitas, konsistensi, dan relevansi konten (MAI, 2023).

Selama menjalani magang di PT. Debindo Mitra Tama, ditemukan bahwa pembuatan konten promosi digital kerap dilakukan tanpa panduan skrip atau strategi yang sistematis. Hal ini mengakibatkan tim kreatif harus bekerja secara spontan, yang tidak selalu menghasilkan konten yang optimal untuk mencapai tujuan promosi. Sebagai bagian dari tim Marketing Communication, peran mahasiswa magang menjadi sangat penting dalam membantu menciptakan konten yang mampu mendukung branding dan menarik minat audiens, meskipun dihadapkan pada keterbatasan waktu dan arahan yang minimal. Permasalahan ini menjadi fokus dalam laporan magang ini, dengan tujuan untuk menganalisis pendekatan yang digunakan dalam manajemen konten promosi digital di PT. Debindo Mitra Tama, mengidentifikasi kendala yang dihadapi, serta mengusulkan solusi strategis yang dapat diimplementasikan untuk meningkatkan efektivitas promosi event exhibition ke depannya.

1.2 Tujuan dan Manfaat

1.2.1 Tujuan Umum Magang

1. Memperoleh pemahaman tentang proses kerja di Professional Exhibition Organizer (PEO).
2. Mengembangkan keahlian teknis dan praktis, khususnya di bidang konten promosi digital dan multimedia.
3. Mengaplikasikan ilmu akademik dalam situasi kerja yang nyata untuk meningkatkan kesiapan kerja mahasiswa.

1.2.2 Tujuan Khusus Magang

1. Mempelajari proses pembuatan dan manajemen konten promosi digital untuk event exhibition.
2. Menganalisis kendala dalam pembuatan konten tanpa skrip dan memberikan solusi untuk peningkatan efektivitas strategi promosi.
3. Menghasilkan konten kreatif seperti video reels, bumper video, dan highlight event yang mendukung branding PT. Debindo Mitra Tama.
4. Mengembangkan rancangan konten promosi yang terstruktur, dari soft selling hingga hard selling, untuk meningkatkan keterlibatan audiens.

1.2.3 Manfaat Magang

a. Bagi Mahasiswa

- Memperoleh pengalaman kerja nyata di industri event exhibition.
- Mengasah keterampilan kreatif, termasuk pembuatan konten multimedia dan pengelolaan media sosial.
- Meningkatkan kemampuan berpikir strategis dalam merancang konten promosi yang efektif.
- Menambah wawasan tentang tantangan dan solusi dalam industri PEO.

b. Bagi Perusahaan (PT. Debindo Mitra Tama)

- Mendapatkan ide-ide segar dari mahasiswa magang dalam menciptakan konten kreatif dan inovatif.
- Mendukung efektivitas strategi promosi event melalui kontribusi mahasiswa.
- Menyediakan sumber daya tambahan untuk proses produksi konten multimedia.

c. Bagi Institusi Pendidikan

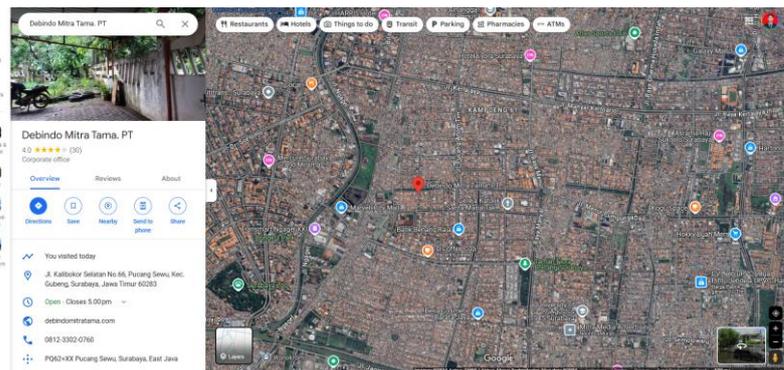
- Memperkuat hubungan antara institusi pendidikan dengan industri.
- Menyediakan umpan balik tentang relevansi kurikulum dengan kebutuhan dunia kerja.
- Meningkatkan daya saing lulusan melalui program magang yang relevan.

1.3 Lokasi dan Waktu

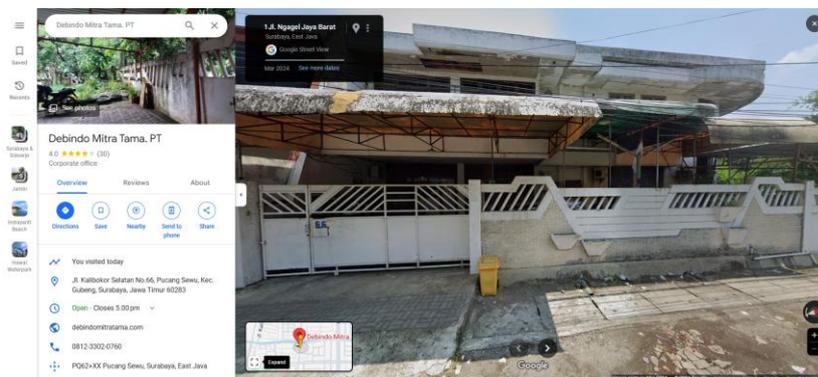
Program magang ini dilaksanakan di PT. Debindo Mitra Tama, sebuah perusahaan Professional Exhibition Organizer (PEO) yang berlokasi di Surabaya, Jawa Timur. Alamat kantor perusahaan terletak di Jl. Kalibokor Selatan No.66, Pucang Sewu, Kec. Gubeng, Surabaya, Jawa Timur. Lokasi ini dipilih karena PT. Debindo Mitra Tama merupakan salah satu

penyelenggara pameran profesional terkemuka di Indonesia yang memiliki reputasi baik dalam mengelola berbagai event exhibition berskala nasional dan internasional. Lingkungan kerja di perusahaan ini memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk terlibat langsung dalam berbagai aspek operasional, khususnya di bidang promosi digital dan multimedia, yang menjadi fokus utama dalam laporan ini. Program magang berlangsung selama kurang lebih lima setengah bulan, dimulai pada tanggal 1 Juli 2024 dan dijadwalkan selesai pada tanggal 16 Desember 2024.

1.3.1 Peta Lokasi



Gambar 1.1 Peta Lokasi Kantor PT. Debindo Mitra Tama Surabaya



Gambar 1.2 Kantor PT. Debindo Mitra Tama Surabaya

1.3.2 Waktu Kerja

Hari	Jam Kerja		
	Masuk	Istirahat	Pulang
Senin	08.30	12.00 – 13.00	17.00
Selasa	08.30	12.00 – 13.00	17.00
Rabu	08.30	12.00 – 13.00	17.00
Kamis	08.30	12.00 – 13.00	17.00
Jumat	08.30	12.00 – 13.00	17.00
Sabtu	Libur		
Minggu	Libur		

Tabel 1.1 Jadwal Kerja Harian

1.4 Metode Pelaksanaan

1. Metode Kerja Lapangan

Mahasiswa melaksanakan kegiatan praktik kerja secara langsung sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan oleh perusahaan. Tugas-tugas yang diberikan meliputi pembuatan konten digital seperti video reels, bumper video untuk LED event, hingga highlight video yang ditampilkan pada saat pameran. Mahasiswa juga aktif mengelola media sosial perusahaan, termasuk mengunggah konten promosi dan berinteraksi dengan audiens. Metode ini memberikan pengalaman nyata di lapangan dan melatih mahasiswa untuk bekerja sesuai dengan standar operasional perusahaan.

2. Metode Studi Pustaka

Sebagai bagian dari penyelesaian laporan magang, mahasiswa melakukan pengumpulan data dan informasi dari sumber-sumber tertulis, baik internal perusahaan maupun literatur eksternal. Data ini mencakup panduan perusahaan terkait strategi promosi digital, konsep soft selling dan hard selling, serta literatur akademik yang relevan dengan tugas di bidang Marketing Communication. Studi pustaka ini mendukung analisis dan penyusunan strategi yang lebih terstruktur selama magang.

3. Metode Wawancara

Mahasiswa melakukan wawancara langsung dengan pembimbing lapangan, yaitu Marketing Communication, untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam terkait tugas-tugas yang diberikan. Selain itu, wawancara juga dilakukan dengan karyawan di divisi terkait guna memahami alur kerja dan teknik yang digunakan dalam pembuatan materi promosi event.

4. Metode Dokumentasi

Mahasiswa mendokumentasikan seluruh kegiatan selama magang, baik dalam bentuk catatan harian, foto, maupun video. Dokumentasi ini meliputi proses pembuatan konten, hasil karya kreatif, serta dokumentasi event yang dihasilkan selama program magang. Data dokumentasi digunakan sebagai referensi dalam penyusunan laporan akhir serta menjadi bukti autentik dari kontribusi mahasiswa selama program magang.