

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri di Indonesia semakin pesat seiring dengan kemajuan teknologi yang menuntut sumber daya manusia memiliki kemampuan adaptif, inovatif dan keterampilan praktis yang relevan dengan kebutuhan industri (Lutfia & Rahadi, 2020). Sebagai institusi pendidikan vokasi, Politeknik memiliki peran penting dalam menyiapkan lulusan yang tidak hanya unggul tetapi menuntut mahasiswa memiliki *soft skill* dan *hard skill* yang siap menghadapi dunia kerja. Oleh karena itu Politeknik berperan dalam penghubung antara dunia pendidikan dan dunia kerja, yang memiliki peran dalam mencetak sumber daya manusia yang berkualitas, berkompeten dan sesuai dengan kebutuhan industri.

Politeknik Negeri Jember mempersiapkan mahasiswanya untuk siap menghadapi dunia kerja melalui program magang wajib. Program magang adalah kegiatan pelatihan ataupun kursus yang dilakukan oleh mahasiswa untuk meningkatkan kompetensi *soft skill* yang dimiliki (Lutfia & Rahadi, 2020). Selain itu program magang bertujuan untuk memberikan pengalaman langsung dari lapangan bagaimana penerapan teori-teori yang sudah dipelajari dikelas. Magang juga ditujukan untuk menyiapkan mahasiswa agar siap memasuki dunia kerja (Wijata, 2019). Melalui kegiatan ini mahasiswa dibekali dengan pengalaman kerja nyata, pemahaman mengenai lingkungan industri, serta kesempatan membangun relasi yang profesional bagi pengembang karir di masa mendatang serta mahasiswa dapat menerapkan apa yang diperoleh selama masa perkuliahan.

Program magang wajib merupakan salah satu tugas yang harus dilakukan oleh mahasiswa Jurusan Bisnis Program Studi Bisnis Digital yang dilakukan pada semester tujuh selama satu semester, di mana mahasiswa ditempatkan pada perusahaan yang relevan dengan program studinya. Kegiatan ini menjadi salah satu syarat kelulusan bagi mahasiswa jenjang D-4 dan dilaksanakan dengan beban 20 SKS (900 jam) atau 6 bulan kerja. Dengan berpartisipasi secara langsung dalam aktivitas perusahaan, mahasiswa dapat memperoleh pengalaman berharga, memperluas wawasan, memperluas relasi, serta memahami realita dunia kerja yang

tidak hanya berdasarkan materi yang ada di perkuliahan. Kegiatan magang ini dilaksanakan di PT Hotmix Karya Indonesia yang merupakan anak perusahaan dari PT Laksana Karya Indonesia. PT Hotmix Karya Indonesia menjadi tempat bagi mahasiswa dapat mempelajari dan mempraktikkan yang berkaitan dengan digital marketing, termasuk memanfaatkan *platform Meta Ads* untuk mengelola kegiatan promosi dan mengelola media sosial perusahaan.

Meta Ads adalah *platform* periklanan digital yang memungkinkan bisnis maupun individu mempromosikan produk, layanan, atau konten yang lebih luas, dan terintegrasi dengan Instagram serta dapat diarahkan ke WhatsApp maupun Messenger (Priananda, 2024). Dengan memanfaatkan *Meta Ads* yang memiliki fitur mengelola halaman bisnis, membuat iklan dengan target audiens yang spesifik, mengakses data analitik serta memberikan gambaran menyeluruh mengenai efektivitas yang dijalankan (Fitra et al., 2025).

PT Hotmix Karya Indonesia telah memanfaatkan *Meta Ads* sebagai media promosi dalam upaya meningkatkan *Digital Branding* perusahaan. Meskipun bergerak dibidang konstruksi, PT Hotmix Karya Indonesia menyadari pentingnya membangun citra perusahaan yang profesional dan terpercaya di era digital. Dengan menggunakan *Meta Ads*, perusahaan dapat menjangkau lebih luas, menargetkan *customer* dengan tepat sasaran, serta memperkuat merek di media sosial. Strategi ini diharapkan mampu meningkatkan kesadaran publik terhadap perusahaan dan memperkuat posisi PT Hotmix Karya Indonesia di industri konstruksi modern.

1.2.1 Tujuan

1.2.1 Tujuan Umum Magang

Tujuan umum magang di PT Hotmix Karya Indonesia sebagai berikut :

- a. Memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk memperoleh pengalaman kerja nyata di dunia industri, sesuai dengan bidang keahliannya.
- b. Melatih mahasiswa agar mampu melaksanakan tugas dan tanggung jawab sesuai dengan *jobdesk* yang diberikan perusahaan.

- c. Mengembangkan kemampuan berpikir kritis dan analitis melalui penyusunan laporan kegiatan berdasarkan hasil observasi dan pengalaman selama magang.

1.2.2 Tujuan Khusus Magang

Tujuan khusus magang di PT Hotmix Karya Indonesia sebagai berikut :

- a. Mempelajari dan memahami strategi pengembangan *Digital Branding* perusahaan melalui media sosial.
- b. Mengimplementasikan pemanfaatan *Meta Ads* sebagai media promosi untuk memperkuat citra perusahaan di era digital.
- c. Mengembangkan kreativitas dalam pembuatan desain konten promosi yang menarik dan sesuai dengan karakter perusahaan.

1.3 Manfaat

1.3.1 Manfaat Bagi Mahasiswa

Manfaat yang didapatkan oleh para mahasiswa magang sebagai berikut :

- a. Melatih dalam melaksanakan pekerjaan lapangan serta menguasai keterampilan yang relevan dengan bidang digital marketing dan desain.
- b. Menambah wawasan terkait penerapan strategi branding dan promosi digital dalam dunia industri konstruksi.
- c. Memperoleh pengalaman langsung dalam mengelola media sosial dan memanfaatkan *Meta Ads* untuk mendukung strategi promosi perusahaan.

1.3.2 Manfaat Bagi Perusahaan

Manfaat yang didapatkan bagi perusahaan sebagai berikut:

- a. Memperkuat citra dan identitas perusahaan melalui pengelolaan media sosial dan konten digital yang konsisten serta profesional.
- b. Meningkatkan kualitas dokumentasi visual kegiatan proyek sebagai media informasi dan sarana *Digital Branding* perusahaan.
- c. Meningkatkan jangkauan serta interaksi konten perusahaan melalui pemanfaatan Meta Business Suite dan Meta Ads dalam strategi *Digital Branding*.

1.4 Lokasi dan Waktu

Lokasi tempat pelaksanaan magang bertepatan di kantor PT Hotmix Karya Indonesia yang beralamat di Jl. Lulut, Kec. Klapanunggal, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16710. Magang ini berlangsung dari 4 Agustus sampai 5 Desember 2025. Magang dilakukan dari Senin hingga Jumat mulai pukul 08.00 WIB hingga 17.00 WIB, dan hari Sabtu mulai pukul 08.00 WIB hingga 12.00 WIB

1.4.1 Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan kegiatan magang pada PT. Hotmix Karya Indonesia yang digunakan antara lain:

a. **Praktik Lapangan**

Mahasiswa melakukan kegiatan magang secara langsung di PT Hotmix Karya Indonesia, dengan bimbingan dan arahan dari pembimbing lapangan. Melalui praktik ini, mahasiswa dapat memahami proses kerja dan aktivitas yang berkaitan dengan strategi *Digital Branding* perusahaan.

b. **Wawancara**

Mahasiswa melakukan wawancara atau sesi tanya jawab, baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan karyawan dan pembimbing di PT Hotmix Karya Indonesia. Tujuan dari metode ini adalah untuk memperoleh data dan informasi yang relevan mengenai penerapan *Meta Ads* dan strategi promosi digital perusahaan.

c. **Dokumentasi**

Mahasiswa mengumpulkan, menyimpan, dan mengolah berbagai data, baik berupa dokumen tertulis maupun digital, yang berhubungan dengan kegiatan promosi dan branding di PT Hotmix Karya Indonesia. Data tersebut digunakan sebagai pendukung dalam penyusunan laporan magang.