

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pendidikan vokasi merupakan bentuk pendidikan yang disusun untuk membekali peserta didik dengan keterampilan praktis dan teknis pada bidang tertentu. Pembelajarannya tidak hanya menekankan penguasaan teori, tetapi juga kemampuan mengaplikasikan pengetahuan tersebut secara langsung dalam kondisi nyata. Dengan demikian, tujuan utama pendidikan vokasi adalah menghasilkan lulusan yang siap memasuki dunia kerja sejak awal, sesuai dengan kompetensi spesifik yang dibutuhkan oleh industri.

Dalam pelaksanaannya, pendidikan vokasi mengutamakan pendekatan *learning by doing*, yaitu proses pembelajaran yang dilakukan melalui praktik langsung, baik di laboratorium, bengkel kerja, maupun di lingkungan industri yang sebenarnya. (Kemenprin, 2025)

Program Studi D-IV Bisnis Digital Politeknik Negeri Jember mewajibkan mahasiswa untuk melaksanakan magang sebagai bagian dari pemenuhan capaian pembelajaran lulusan. Kegiatan magang ini bertujuan untuk memperkuat kompetensi mahasiswa, khususnya dalam bidang digital marketing, produksi konten digital, pemanfaatan teknologi bisnis, serta komunikasi profesional. Melalui kegiatan magang, mahasiswa dapat mengamati secara langsung proses operasional perusahaan, memahami budaya kerja yang berlaku, serta mengenali sistem dan struktur organisasi. Pengalaman ini membantu mahasiswa memperoleh gambaran nyata mengenai dunia kerja yang sesungguhnya. Tanpa adanya pengalaman magang, lulusan baru berpotensi mengalami kesulitan dalam beradaptasi karena belum terbiasa dengan ritme dan tuntutan kerja profesional. Oleh sebab itu, magang menjadi bekal penting bagi mahasiswa untuk mengurangi terjadinya *culture shock* saat memasuki dunia kerja secara nyata. (Ulum, 2025)

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong perubahan signifikan dalam strategi pemasaran perusahaan. Media sosial memiliki beragam fungsi dan manfaat, salah satunya sebagai sarana pemasaran yang efektif. Platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok kini menjadi alternatif utama bagi pelaku usaha dalam melakukan kegiatan promosi produk maupun jasa karena kemampuannya menjangkau konsumen secara luas dan interaktif. Oleh karena itu, media sosial semakin berperan sebagai media utama yang

dimanfaatkan oleh pelaku usaha dalam memasarkan produknya (Binus, 2025). Seiring dengan perkembangan tersebut, optimalisasi pemanfaatan media sosial menjadi kebutuhan strategis bagi pelaku usaha, khususnya di sektor kreatif dan industri berbasis digital, guna meningkatkan daya saing serta memperluas jangkauan pasar.

CV AWESAM INDONESIA merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penyediaan kaos polos dan telah menjadi salah satu pelaku usaha terkemuka di Kota Malang. Perusahaan ini menyediakan kaos polos berkualitas tinggi untuk segmen anak-anak maupun dewasa, dengan variasi model lengan pendek dan lengan panjang. Produk yang ditawarkan tersedia dalam berbagai ukuran, mulai dari S hingga XL, sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen secara luas.

Selain itu, CV AWESAM INDONESIA menawarkan pilihan warna yang sangat beragam, dengan ratusan varian warna yang dapat disesuaikan dengan preferensi dan kebutuhan pelanggan. Sebagai toko kaos polos terbesar di Malang, perusahaan ini telah beroperasi sejak tahun 2013 dan dikenal sebagai pionir dalam bisnis kaos polos di wilayah tersebut.

Tidak hanya berfokus pada penjualan kaos polos, CV AWESAM INDONESIA juga menyediakan layanan sablon dan bordir express dengan proses pengerjaan yang cepat dan hasil satu hari jadi. Didukung oleh tujuh cabang yang tersebar di Kota Malang, perusahaan berkomitmen untuk memberikan pelayanan yang optimal serta menjamin efisiensi, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan (AWESAM, 2025).

Sejalan dengan hal tersebut, optimalisasi media sosial menjadi aspek penting dalam mendukung peningkatan daya saing Toko Awesam. Strategi promosi yang tepat, konten yang menarik, serta konsistensi identitas visual dan pesan merek dapat memperkuat posisi brand di tengah persaingan industri apparel dan digital printing. Oleh karena itu, diperlukan peran sumber daya manusia yang memiliki pemahaman tentang pemasaran digital dan branding untuk mengelola media sosial secara efektif.

Berdasarkan latar belakang tersebut, pelaksanaan magang di CV Awesam Indonesia dengan judul **“Optimalisasi Media Sosial sebagai Sarana Promosi dan Branding pada Toko Awesam”** menjadi relevan dan strategis. Melalui kegiatan magang ini, mahasiswa diharapkan dapat berkontribusi dalam pengelolaan dan pengembangan media sosial Toko Awesam, sekaligus memperoleh pengalaman praktis dalam penerapan strategi digital marketing dan branding. Kegiatan ini tidak hanya memberikan manfaat bagi perusahaan, tetapi

juga menjadi sarana pembelajaran bagi mahasiswa dalam meningkatkan kompetensi, pengalaman kerja, serta kesiapan untuk memasuki dunia kerja profesional.

1.2 Tujuan dan Manfaat

1.2.1 Tujuan Umum

Tujuan umum dari pelaksanaan magang ini adalah memberikan pengalaman kerja nyata di lingkungan industri yang relevan untuk meningkatkan kompetensi mahasiswa, sehingga ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan dapat diterapkan secara langsung serta mendukung pencapaian capaian pembelajaran lulusan Program Studi D-IV Bisnis Digital.

1.2.2 Tujuan Khusus

Tujuan khusus dari kegiatan magang ini adalah memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk mengembangkan kemampuan dalam pembuatan konten kreatif, meningkatkan keterampilan editing foto dan video, memahami alur kerja sablon DTF di industri konveksi, memperluas wawasan mengenai strategi pemasaran digital melalui media sosial dan marketplace, serta melatih kemampuan komunikasi dan kerja sama dengan lingkungan kerja profesional.

1.2.3 Manfaat Magang

Manfaat dari pelaksanaan magang ini meliputi peningkatan keterampilan teknis dan nonteknis mahasiswa, seperti kemampuan produksi konten, pemahaman strategi pemasaran digital, kemampuan beradaptasi dengan alur kerja industri, serta peningkatan softskill seperti kedisiplinan, komunikasi, dan manajemen waktu. Selain itu, magang juga memberikan manfaat bagi perusahaan berupa dukungan tenaga kreatif dan gagasan baru dalam strategi promosi, serta bagi institusi pendidikan sebagai bahan evaluasi dan penguatan kerja sama dengan dunia industri.

1.3 Lokasi dan Waktu

Tempat Magang : CV Awesam Indonesia

Alamat : Jl. Arif Margono No. 52B, Kasin, Klojen, Kota Malang,
Jawa Timur

Bidang Usaha : Konveksi, Sablon DTF, Apparel, Bordir, Digital Printing

Waktu Pelaksanaan :

Magang dilaksanakan selama 4 bulan, mulai tanggal 4 Agustus 2025 hingga 4 Desember 2025, dengan jadwal kerja mengikuti aturan perusahaan, yaitu:

- Hari : Senin – Sabtu
- Jam kerja magang mengikuti aturan perusahaan dengan sistem waktu yang fleksibel, yaitu: Pukul 09.00 – 16.00 WIB sebagai jam kerja reguler, namun dapat berubah menyesuaikan kebutuhan produksi konten, maupun kegiatan event tertentu.

1.4 Metode Pelaksanaan

1.4.1 Observasi Lapangan

Mahasiswa mengamati proses produksi, sistem kerja, alur sablon DTF, serta cara perusahaan mengelola pesanan dan melayani pelanggan.

1.4.2 Praktik Langsung (Hands-on Practice)

Mahasiswa terlibat dalam kegiatan pembuatan konten, editing, dokumentasi, hingga pembuatan materi promosi digital.

1.4.3 Pendampingan oleh Pembimbing Lapang

Mahasiswa mendapatkan arahan teknis terkait pekerjaan seperti pengambilan gambar, editing, dan pembuatan caption untuk kebutuhan pemasaran.

1.4.4 Diskusi dan Koordinasi

Kegiatan dilakukan secara terstruktur melalui briefing harian dan komunikasi langsung dengan pembimbing maupun karyawan Awesam Indonesia.

1.4.5 Pelaporan Harian (Logbook)

Setiap kegiatan dicatat sebagai laporan harian yang digunakan sebagai dasar penyusunan laporan akhir.

1.4.6 Evaluasi Berkala

Pembimbing lapang memberikan evaluasi berkala setiap bulan terhadap hasil pekerjaan mahasiswa, termasuk kualitas konten dan kedisiplinan.