

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Politeknik Negeri Jember merupakan perguruan tinggi vokasi yang menekankan proses pembelajaran berbasis praktik guna menghasilkan lulusan yang memiliki kompetensi dan kesiapan kerja sesuai dengan kebutuhan dunia industri. Salah satu bentuk implementasi pembelajaran tersebut adalah kegiatan magang, yang menjadi bagian wajib dalam kurikulum Program Studi D-IV Bisnis Digital. Melalui kegiatan magang, mahasiswa diharapkan mampu mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh selama perkuliahan secara langsung di lingkungan kerja nyata, sekaligus memahami dinamika profesional di dunia industri.

PT Hotmix Karya Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengaspalan dan produksi aspal hotmix, serta melayani berbagai proyek konstruksi jalan baik dari sektor pemerintah maupun swasta. Dalam menjalankan operasionalnya, perusahaan dituntut untuk menjaga kualitas pekerjaan, profesionalisme, serta kepercayaan mitra kerja. Seiring dengan perkembangan teknologi dan persaingan industri yang semakin ketat, PT Hotmix Karya Indonesia perlu mengembangkan strategi pemasaran yang adaptif dan relevan agar mampu memperkuat citra perusahaan serta menjangkau pasar yang lebih luas.

Salah satu tantangan yang dihadapi perusahaan adalah optimalisasi strategi pemasaran digital (Aghni & Anzie, 2025). Meskipun perusahaan memiliki kualitas layanan dan hasil pekerjaan yang baik, Keberadaan konten di media sosial bisa dimanfaatkan sebagai salah satu alat untuk mempromosikan merek atau produk (Sayekti, 2025). Dalam hal penyajian konten visual yang menarik, informatif, dan konsisten. Kurangnya konten digital yang terstruktur dan profesional dapat berdampak pada rendahnya visibilitas perusahaan di media digital serta belum maksimalnya pemanfaatan platform digital sebagai sarana promosi dan branding (Lukitasari et al., 2025).

Dalam rangka menjawab tantangan tersebut, mahasiswa magang berperan dalam mendukung kegiatan pemasaran digital perusahaan melalui penerapan Canva sebagai media desain digital. Canva digunakan sebagai alat bantu untuk merancang berbagai konten visual, seperti desain media sosial, materi promosi, dan konten branding perusahaan (Philip, 2024). Melalui penerapan Canva, mahasiswa turut berkontribusi dalam meningkatkan kualitas tampilan visual perusahaan (Salkeri et al., 2025). Serta membantu penyampaian informasi secara lebih menarik dan mudah dipahami oleh audiens.

Berdasarkan uraian tersebut, laporan magang ini difokuskan pada penerapan Canva sebagai media digital dalam meningkatkan strategi pemasaran pada PT. Hotmix Karya Indonesia. Pembahasan dalam laporan ini mencakup mengidentifikasi tahapan dan alur kerja penerapan Canva, menghasilkan dan mengimplementasikan konten visual digital menggunakan Canva, mengevaluasi efektivitas penggunaan Canva, dan menyusun rekomendasi pengembangan dan optimalisasi penggunaan Canva dalam mendukung kegiatan promosi dan branding perusahaan selama pelaksanaan magang.

1.2 Tujuan

Tujuan pelaksanaan kegiatan magang di PT. Hotmix Karya Indonesia :

- a. Mengidentifikasi tahapan dan alur kerja penerapan Canva sebagai media desain digital dalam pembuatan konten promosi PT Hotmix Karya Indonesia.
- b. Menghasilkan dan mengimplementasikan konten visual digital menggunakan Canva yang mendukung kegiatan pemasaran dan branding perusahaan.
- c. Mengevaluasi efektivitas penggunaan Canva terhadap peningkatan kualitas tampilan visual dan konsistensi konten pemasaran digital perusahaan.
- d. Menyusun rekomendasi pengembangan dan optimalisasi penggunaan Canva sebagai media pendukung strategi pemasaran digital PT Hotmix Karya Indonesia.

1.3 Manfaat

Manfaat pelaksanaan kegiatan magang di PT. Hotmix Karya Indonesia :

1.3.1 Mahasiswa

- a. Mahasiswa memperoleh pemahaman mengenai tahapan dan alur kerja penerapan aplikasi Canva sebagai media desain digital dalam pembuatan konten promosi di PT Hotmix Karya Indonesia.
- b. Mahasiswa mampu mengaplikasikan Canva dalam pembuatan konten visual digital yang mendukung kegiatan pemasaran dan branding perusahaan secara langsung.
- c. Mahasiswa memperoleh pengalaman dalam mengevaluasi efektivitas penggunaan Canva terhadap kualitas tampilan visual serta konsistensi konten pemasaran digital perusahaan.
- d. Mahasiswa mampu menyusun rekomendasi pengembangan dan optimalisasi penggunaan Canva sebagai media pendukung strategi pemasaran digital berdasarkan hasil evaluasi yang telah dilakukan.

1.3.2 Perusahaan

- a. Perusahaan memperoleh gambaran mengenai alur kerja penggunaan Canva dalam pembuatan konten promosi digital yang lebih efektif dan terstruktur.
- b. Perusahaan mendapatkan konten visual digital yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung kegiatan pemasaran serta meningkatkan citra dan identitas visual perusahaan.
- c. Perusahaan memperoleh hasil evaluasi terkait penggunaan Canva dalam meningkatkan kualitas tampilan visual dan konsistensi konten pemasaran digital.
- d. Perusahaan memperoleh rekomendasi pengembangan penggunaan Canva sebagai bahan pertimbangan dalam optimalisasi strategi pemasaran digital.

1.3.3 Perguruan Tinggi

- a. Perguruan tinggi memperoleh gambaran penerapan media desain digital Canva dalam dunia industri sebagai bahan pendukung pembelajaran.

- b. Perguruan tinggi dapat meningkatkan keterkaitan antara teori yang diperoleh di perkuliahan dengan praktik kerja nyata di lapangan.
- c. Perguruan tinggi memperoleh bahan evaluasi dan referensi untuk pengembangan kurikulum yang sesuai dengan kebutuhan dunia kerja.
- d. Perguruan tinggi dapat memperkuat kerja sama dengan dunia industri melalui pelaksanaan kegiatan magang mahasiswa.

1.4 Lokasi dan Waktu

Kegiatan magang dilaksanakan di PT Hotmix Karya Indonesia, yang merupakan anak perusahaan dari PT Laksana Karya Indonesia, dan berlokasi di Lulut, Kecamatan Klapanunggal, Kabupaten Bogor, Provinsi Jawa Barat 16710. Pelaksanaan magang berlangsung selama empat bulan, terhitung sejak 4 Agustus 2025 hingga 4 Desember 2025. Adapun jadwal kerja ditetapkan pada hari Senin sampai dengan Jumat pukul 08.00–17.00 WIB dan hari Sabtu pukul 08.00–12.00 WIB.

1.5 Metode Pelaksanaan

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

- a. Wawancara

Metode wawancara dilakukan dengan pihak HRD (*Human Resource Development*) untuk memperoleh pemahaman awal serta menggali informasi terkait aktivitas pemasaran yang dijalankan perusahaan, baik secara daring (*online*) maupun luring (*offline*).

- b. Observasi

Observasi dilaksanakan dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap seluruh aktivitas operasional yang berlangsung di PT Hotmix Karya Indonesia.

- c. Magang

Mahasiswa terlibat secara langsung dalam kegiatan kerja dengan pendampingan pembimbing lapangan, khususnya pada digital marketing dan social branding.

d. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan cara mengumpulkan bukti berupa foto kegiatan, data tertulis maupun numerik, serta informasi yang mencakup lokasi perusahaan, struktur organisasi, ketenagakerjaan, alur pemasaran, dan strategi pemasaran yang diterapkan.

e. Studi Literatur

Studi literatur dilakukan dengan menghimpun data dan referensi dari berbagai sumber, baik internal maupun eksternal perusahaan, berupa teori dan konsep yang relevan untuk mendukung penyusunan laporan magang.