

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri kreatif di Indonesia saat ini berkembang pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan akan inovasi dalam bidang pemasaran dan komunikasi visual. Dunia industri tidak hanya membutuhkan sumber daya manusia yang memiliki pengetahuan teoritis, tetapi juga keterampilan praktis yang relevan dengan kebutuhan pasar. Oleh karena itu, institusi pendidikan vokasi seperti Politeknik Negeri Jember memiliki peran penting dalam menyiapkan lulusan yang kompeten dan siap kerja. Melalui pendekatan pembelajaran berbasis praktik, Politeknik berfungsi sebagai penghubung antara dunia pendidikan dan dunia industri, dengan tujuan mencetak tenaga profesional yang mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan industri modern.

Sebagai bagian dari upaya tersebut, Politeknik Negeri Jember mewajibkan seluruh mahasiswa untuk mengikuti program magang industri. Program ini bertujuan memberikan pengalaman kerja nyata, memperluas wawasan mahasiswa terhadap dunia industri, serta mengasah kemampuan praktis yang tidak hanya berfokus pada teori tetapi juga penerapan di lapangan. Magang juga menjadi sarana bagi mahasiswa untuk memahami dinamika kerja, membangun jaringan profesional, serta menumbuhkan sikap disiplin dan tanggung jawab. Program magang dilaksanakan selama satu semester dengan bobot 20 SKS (900 jam) atau setara dengan 6 bulan kerja, yang terdiri atas kegiatan pembekalan, praktik kerja di lapangan, serta penyusunan dan konsultasi laporan akhir magang.

Penulis melaksanakan kegiatan magang di PT Utero Kreatif Indonesia, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang branding dan advertising yang berlokasi di Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang. PT Utero Kreatif Indonesia menawarkan berbagai layanan yang mencakup jasa branding seperti desain logo, pembuatan souvenir event, banner usaha, neon box, sablon, serta layanan konsultan bisnis. Sebagai perusahaan yang berfokus pada pengembangan identitas merek dan strategi komunikasi visual, PT Utero Kreatif Indonesia memiliki peran penting

dalam membantu pelaku usaha membangun citra dan nilai merek mereka di mata konsumen.

Dalam era digital yang kompetitif seperti sekarang, kebutuhan akan strategi branding yang kuat menjadi hal yang krusial bagi perusahaan untuk mempertahankan eksistensinya. Oleh karena itu, melalui kegiatan magang di PT Utero Kreatif Indonesia, penulis mendapatkan kesempatan untuk terlibat langsung dalam berbagai proses kreatif dan strategis yang berkaitan dengan dunia branding dan pemasaran digital. Pengalaman ini menjadi bekal berharga dalam mengembangkan kemampuan profesional serta memperdalam pemahaman mengenai penerapan ilmu Bisnis Digital di dunia industri kreatif yang dinamis dan inovatif.

1.2 Tujuan dan Manfaat Magang

1.2.1 Tujuan Umum Magang

- a. Memberikan mahasiswa pengalaman, pengetahuan, dan kemampuan baru melalui kegiatan yang dilakukan di perusahaan tempat mereka magang.
- b. Melatih mahasiswa untuk menyelesaikan berbagai tugas yang sesuai dengan bidang keahliannya.
- c. Mengembangkan keterampilan berpikir kritis mahasiswa melalui penyampaian komentar atau pandangan yang logis mengenai tugas yang telah dilakukan dalam bentuk laporan kegiatan.

1.2.2 Tujuan Khusus Magang

- a. Mengumpulkan dan menganalisis data email berbagai perusahaan serta melakukan pemasaran produk menggunakan strategi *copywriting* dan *blasting* email.
- b. Mengolah deskripsi untuk pemasaran produk menggunakan strategi *copywriting* yang sesuai dengan teknik penulisan dalam pemasaran digital.
- c. Melakukan pemasaran produk melalui metode email *blasting* dengan mengirimkan deskripsi dan gambar produk kepada berbagai perusahaan untuk memperluas jangkauan pasar.

1.2.3 Manfaat Magang

- a. Terlatih dalam melaksanakan kegiatan pemasaran digital secara langsung, khususnya dalam pengelolaan dan optimalisasi produk melalui *email blasting*.
- b. Menambah wawasan dan pengalaman mengenai penerapan strategi *copywriting* serta teknik promosi digital yang efektif untuk meningkatkan daya tarik dan penjualan produk.
- c. Memperoleh pengetahuan praktis tentang proses pemasaran dan komunikasi bisnis melalui metode *email blasting* kepada perusahaan mitra untuk memperluas jangkauan pasar.

1.3 Lokasi dan Waktu

Kegiatan magang ini dilaksanakan di kantor PT Utero Kreatif Indonesia yang beralamat di Jl. Bantaran 1 No.25, Tulusrejo, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur 65141. Pelaksanaan magang berlangsung mulai tanggal 4 Agustus 2025 hingga 4 Desember 2025, dengan total durasi kegiatan yang disesuaikan dengan ketentuan akademik yang berlaku di Politeknik Negeri Jember.

1.4 Metode Pelaksanaan

a. Praktik Lapangan

Metode ini dilakukan dengan cara melibatkan mahasiswa secara langsung dalam kegiatan operasional di PT Utero Kreatif Indonesia, khususnya pada bagian pemasara digital. Mahasiswa melaksanakan tugas seperti, melakukan kegiatan promosi dengan menggunakan *copywriting* pada deskripsi produk, serta kegiatan promosi melalui *email blasting* dibawah arahan pembimbing lapang.

b. Wawancara

Metode ini dilakukan melalui sesi tanya jawab secara langsung maupun tidak langsung dengan pembimbing dan karyawan di PT Utero Kreatif Indonesia. Tujuannya untuk memperoleh informasi dan pemahaman yang lebih mendalam terkait strategi pemasaran digital, alur kerja

perusahaan, serta penerapan konsep branding dan advertising pada praktik nyata.

c. Dokumentasi

Metode ini mencakup kegiatan pengumpulan, pencatatan, dan pengarsipan, berbagai data, seperti hasil pekerjaan, materi promosi, dan laporan kegiatan selama magang. Dokumentasi dilakukan dalam bentuk tulisan, tangkapan layar, maupun foto, yang kemudian digunakan sebagai bukti pendukung dan bahan Penyusunan laporan magang.