

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri kreatif dan digital *marketing* di Indonesia menuntut kehadiran sumber daya manusia yang tidak hanya memahami teori, tetapi juga memiliki pengalaman praktik dalam pengelolaan strategi pemasaran digital. Dunia usaha, khususnya perusahaan yang bergerak di bidang *branding* dan *advertising*, membutuhkan tenaga yang mampu menguasai teknik komunikasi pemasaran modern seperti *Copywriting*, manajemen konten, serta pemanfaatan metode distribusi pesan atau *blasting*.

PT Utero Kreatif Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang branding, desain, dan periklanan yang berbasis di Jl. Bantaran 1 No. 25, Tulusrejo, Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur. Melalui layanan seperti konsultan bisnis dan branding usaha seperti pembuatan logo, banner, neon box, dan sebagainya. PT Utero menjadi mitra strategis bagi UMKM hingga perusahaan besar dalam membangun citra dan jangkauan pemasaran.

Sebagai mahasiswa dengan latar belakang pemasaran digital, penulis melaksanakan kegiatan magang mulai tanggal 4 Agustus 2025 hingga 4 Desember 2025. Selama kegiatan magang, penulis berperan dalam mendukung aktivitas pemasaran PT Utero melalui implementasi teknik *Copywriting* dan metode *blasting* untuk meningkatkan jangkauan promosi perusahaan maupun klien.

Melalui magang ini, penulis dapat menerapkan teori pemasaran digital yang dipelajari di bangku kuliah dalam situasi kerja nyata, sekaligus memahami dinamika industri branding yang terus berkembang.

1.2 Tujuan dan Manfaat Magang

1.2.1 Tujuan Umum Magang

- a. Memberikan pengalaman langsung kepada mahasiswa untuk memahami proses kerja di industri branding dan advertising.
- b. Melatih mahasiswa agar mampu mengerjakan tugas sesuai kebutuhan perusahaan, khususnya terkait pemasaran digital.

- c. Membantu mahasiswa mengembangkan pola pikir kritis melalui pengamatan, analisis, serta penyusunan laporan atas kegiatan yang telah dilakukan.

1.2.2 Tujuan Khusus Magang

- a. Mengimplementasikan strategi promosi berbasis *Copywriting* untuk meningkatkan kualitas pesan pemasaran PT Utero Kreatif Indonesia.
- b. Menerapkan metode *blasting* (*email blasting*) untuk memperluas jangkauan audiens.
- c. Mendukung tim *marketing* perusahaan dalam pencarian lokasi distribusi materi konten promosi dari berbagai platform digital.

1.2.3 Manfaat Magang

- a. Mahasiswa memperoleh pengalaman praktik terkait strategi pemasaran digital.
- b. Memberikan kontribusi bagi perusahaan melalui peningkatan kualitas konten dan efektivitas penyebaran promosi.
- c. Meningkatkan kemampuan menulis promosi, analisis target audiens, serta strategi distribusi konten.

1.3 Lokasi dan Waktu

Kegiatan magang dilaksanakan di PT Utero Kreatif Indonesia yang beralamat di Jl. Bantaran 1 No. 25, Tulusrejo, Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur. Periode magang berlangsung selama 4 Agustus 2025 hingga 4 Desember 2025. Selama waktu tersebut, penulis mengikuti seluruh kegiatan operasional perusahaan, terutama yang berkaitan dengan aktivitas promosi digital, penyusunan *Copywriting*, dan pelaksanaan metode *blasting*.

1.4 Metode Pelaksanaan Magang

- a. Praktik Lapangan

Mahasiswa terlibat langsung dalam berbagai kegiatan perusahaan, khususnya pembentukan materi promosi, penulisan *Copywriting*, dan pelaksanaan *blasting* sesuai arahan pembimbing lapang.

b. Wawancara

Proses tanya jawab dengan pihak tim *marketing* guna mengumpulkan informasi mengenai kebutuhan kampanye promosi dan karakteristik target audiens.

c. Dokumentasi

Mengumpulkan foto, arsip konten, hasil blasting, dan catatan kegiatan sebagai bahan penyusunan laporan magang.