

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

PT. Usaha Saudara Mandiri merupakan perusahaan manufaktur yang bergerak dibidang produksi elemen pemanas industri (heating element) dengan merek dagang "United Heater". Sebagai perusahaan yang beroperasi dalam pasar Business to Business (B2B), PT. Usaha Saudara Mandiri menghadapi tantangan untuk terus memperkuat citra merek dan profesionalisme di hadapan klien industri melalui platform digital. Hal ini menjadi krusial karena calon mitra bisnis saat ini cenderung melakukan riset teknis secara mandiri melalui aset digital perusahaan sebelum memutuskan untuk melakukan kerja sama atau pengadaan barang.

Dalam mengelola aktivitas pemasaran digitalnya, PT. Usaha Saudara Mandiri memerlukan pendekatan yang terstruktur agar penyampaian informasi produk yang bersifat teknis dapat dilakukan secara efektif. Oleh karena itu, implementasi *Content Development*, *Content Management*, dan *Creative Direction* menjadi kebutuhan utama perusahaan. *Content Development* berperan penting dalam memproduksi materi komunikasi yang mampu mengedukasi audiens mengenai spesifikasi produk *heater*

yang kompleks. Tanpa adanya pengembangan konten yang sistematis, nilai keunggulan teknis dari produk produk United Heater tidak akan tersampaikan secara optimal kepada target pasar.

Kebutuhan tersebut kemudian didukung oleh peran *Content Management* yang berfungsi untuk mengatur alur distribusi informasi secara konsisten di berbagai kanal komunikasi perusahaan. Dengan manajemen konten yang baik, publikasi yang dilakukan PT. Usaha Saudara Mandiri akan sesuai dengan jadwal dan target yang telah ditetapkan, sehingga interaksi dengan audiens tetap terjaga. Sementara itu, *Creative Direction* diterapkan untuk memberikan standar visual yang profesional pada seluruh aset digital. Arah kreatif ini sangat diperlukan agar identitas visual perusahaan terlihat konsisten, modern, dan mampu bersaing dengan kompetitor di industri serupa.

Melalui pelaksanaan Kerja Praktik ini, penulis mengimplementasikan ketiga pilar tersebut untuk membantu mengoptimalkan aktivitas pemasaran digital di PT. Usaha Saudara Mandiri. Fokus utama dari kegiatan ini adalah memastikan bahwa seluruh proses mulai dari pengembangan ide, pengelolaan jadwal, hingga arahan visual dapat berjalan selaras untuk mendukung tujuan bisnis perusahaan dalam menjangkau pasar yang lebih luas secara digital.

1.2 Waktu dan tempat pelaksanaan

Waktu dan tempat pelaksanaan kegiatan kerja praktik yang telah dilakukan penulis dilaksanakan pada :

Tanggal : 25 Agustus 2025 – 25 Desember 2025

Waktu Kerja : Senin – Kamis(08.00 – 17.00 WIB)

Jumat (08.00 - 17.30 WIB)

Sabtu (08.00 - 12.00 WIB)

Tempat : PT. Usaha Saudara Mandiri (USM)

Alamat : JL. Haji Aning (Karyawan), No. 88,
Kampung Gebang, Jatiuwung, Tangerang,
RT.005/RW.002, Sangiang Jaya, Kec. Periuk,
Kota Tangerang, Banten 15132

1.3 Tujuan Kerja Praktik

1.3.1 Tujuan Umum

Tujuan umum dari pelaksanaan kerja praktik ini adalah untuk menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh selama perkuliahan dalam lingkungan kerja nyata, khususnya pada kegiatan pengelolaan konten digital, manajemen data, dan *workflow* digital marketing di PT. Usaha Saudara Mandiri.

1.3.2 Tujuan Khusus

Adapun tujuan khusus pelaksanaan kerja praktik ini adalah sebagai berikut :

1. Mengimplementasikan proses *Content Development* dalam menyusun materi publikasi yang mampu mengedukasi audiens mengenai produk teknik PT. Usaha Saudara Mandiri.
2. Menerapkan sistem *Content Management* melalui penyusunan kalender konten untuk menjamin konsistensi distribusi informasi di berbagai platform digital perusahaan.
3. Menjalankan peran *Creative Direction* untuk memastikan setiap aset visual yang diproduksi selaras dengan identitas merek dan standar profesional perusahaan.

1.4 Manfaat Kerja Praktik

1.4.1 Bagi Mahasiswa

Adapun manfaat bagi mahasiswa adalah sebagai berikut :

1. Mendapatkan pengalaman langsung dalam mengaplikasikan pengetahuan pada aktivitas kerja nyata, khususnya terkait pengelolaan data, konten digital, dan *workflow* digital marketing.
2. Mengembangkan keterampilan praktis dalam *Content Development*, *Content Management*, *Copywriting*, Dokumentasi, serta pengoperasian *tools* digital

marketing.

3. Mengasah kemampuan analitis, ketelitian, dan manajemen waktu melalui pengerjaan tugas tugas yang bersifat operasional maupun strategis.
4. Memperluas wawasan mengenai proses bisnis, alur kerja tim pemasaran digital, serta keterkaitan antar divisi dalam perusahaan.
5. Meningkatkan kemampuan komunikasi dan kolaborasi dalam lingkungan kerja profesional.

1.4.2 Bagi Perusahaan

Adapun manfaat bagi perusahaan adalah sebagai berikut :

1. Mendapatkan kontribusi tenaga kerja dalam pengelolaan konten digital, dokumentasi kegiatan, penyusunan master data artikel, dan aktivitas operasional digital marketing lainnya.
2. Terbantu dalam meningkatkan keteraturan *workflow* pemasaran digital melalui dukungan pada perencanaan konten, evaluasi media sosial, serta manajemen aset digital.
3. Mendapatkan perspektif baru dari mahasiswa terkait ide konten, perbaikan proses, dan efisiensi operasional yang dapat menunjang kinerja tim digital marketing.
4. Mendukung terciptanya proses kerja yang lebih terdokumentasi dan mudah dipantau.

1.4.3 Bagi Perguruan Tinggi

Adapun manfaat bagi instansi atau perguruan tinggi adalah sebagai berikut :

1. Menjadi sarana untuk mengevaluasi relevansi kurikulum Teknik Informatika terhadap kebutuhan industri, khususnya pada bidang digital marketing yang berbasis data dan teknologi.
2. Memperkuat hubungan kerja sama antara perguruan tinggi dan dunia industri melalui pelaksanaan program kerja praktik.
3. Memberikan bukti nyata mengenai kemampuan mahasiswa dalam menerapkan kompetensi akademik ke dalam lingkungan kerja profesional.
4. Menjadi referensi bagi pengembangan program pembelajaran yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan industri digital.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam sub bab ini terdapat sistematika penulisan laporan kerja praktik secara keseluruhan yang terdiri dari lima bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan hal yang berhubungan dengan latar belakang, waktu, tempat pelaksanaan, tujuan, manfaat, dan sistematika

penulisan

BAB II PROFIL PERUSAHAAN

Bab ini berisikan gambaran umum perusahaan PT. Usaha Saudara Mandiri (USM) yang meliputi profil, sejarah singkat perusahaan, dan visi misi perusahaan.

BAB III LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan tentang landasan teori yang mendukung dalam penyusunan dan pembahasan laporan kerja praktik.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini berisi informasi mengenai kegiatan yang dilakukan selama masa kerja praktik di PT. Usaha Saudara Mandiri (USM)

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari laporan kerja praktik.