

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

PT. Laksamana Muda Bersatu berdiri pada tahun Desember 2024 merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *Food and Beverage* (F&B) dan *live event venue* yang berlokasi di Pekanbaru. Sebagai *Coffee & Live Space* yang mengintegrasikan pengalaman kuliner, hiburan musik, serta penyelenggaraan berbagai acara, perusahaan ini memanfaatkan media sosial sebagai media utama dalam menyampaikan informasi, membangun citra *brand*, dan menjangkau audiens secara luas.

Karakter bisnis yang dinamis menuntut pengelolaan komunikasi digital yang konsisten dan terarah. Namun, perkembangan tren digital yang cepat sering menimbulkan tantangan dalam menjaga keteraturan publikasi konten, keseragaman visual, serta kejelasan pesan yang disampaikan melalui media sosial. Kondisi tersebut berpotensi menurunkan efektivitas promosi dan keterlibatan audiens apabila tidak dikelola secara sistematis.

Pada PT. Laksamana Muda Bersatu, kebutuhan akan pengelolaan konten media sosial yang lebih terstruktur terlihat pada aktivitas dokumentasi operasional harian, promosi *event*, serta penguatan identitas visual *brand*. Ketiadaan alur kerja yang jelas dalam proses pembuatan dan publikasi konten dapat

menyebabkan informasi yang disampaikan kurang optimal dalam merepresentasikan nilai dan karakter *venue*.

Oleh karena itu, diperlukan implementasi *digital marketing* berbasis konten media sosial yang terencana dan terukur. Pendekatan ini mencakup perencanaan konten, pengelolaan publikasi, serta pemanfaatan platform media sosial sebagai sarana komunikasi digital yang konsisten, relevan, dan sesuai dengan target audiens perusahaan.

Melalui kegiatan magang ini, implementasi tersebut diharapkan mampu meningkatkan efektivitas komunikasi digital Laksamana Muda sekaligus memberikan kontribusi langsung pada penguatan citra *brand*. Selain itu, pengalaman ini menjadi proses pembelajaran profesional bagi penulis dalam memahami perancangan konten dan strategi pemasaran digital pada industri F&B dan *event venue* secara komprehensif.

1.2 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kerja Praktik

Adapun waktu dan tempat pelaksanaan kerja praktik yang telah dilakukan yaitu sebagai berikut:

Tanggal : 25 Agustus 2025 – 25 Desember 2025

Waktu Kerja : Senin s.d. Sabtu, pukul 09.00 s.d. 18.00 WIB
(sesuai kebutuhan)

Tempat : PT. Laksamana Muda Bersatu

Divisi : Branding (*Social Media & Digital Marketing*)

Alamat : Jl. Soekarno - Hatta No.39, Labuh Baru Tim.,
Kec. Payung Sekaki, Kota Pekanbaru, Riau 28282

1.3 Tujuan Kerja Praktik

1.3.1 Tujuan Umum

Adapun tujuan umum dari kegiatan kerja praktik ini adalah sebagai berikut:

- 1) Menambah & mendapatkan pengalaman dan pengetahuan dunia kerja dalam suatu perusahaan.
- 2) Mengimplementasikan ilmu yang didapat selama masa perkuliahan secara langsung ke dalam dunia kerja.
- 3) Mengembangkan kemampuan berkoordinasi dan berkomunikasi dengan tim maupun dengan rekan kerja.

1.3.2 Tujuan Khusus

Adapun tujuan khusus dari kegiatan kerja praktik ini adalah sebagai berikut:

- 1) Menerapkan pemanfaatan teknologi informasi dalam pengelolaan konten media social sebagai bagian dalam strategi *branding* dan *digital marketing* perusahaan.
- 2) Memahami penggunaan platform digital dan *tools* analitik untuk mendukung evaluasi performa media sosial secara sederhana dan terukur.
- 3) Mengembangkan kemampuan berpikir sistematis, analitis, serta keterampilan komunikasi dan kerja sama tim dalam lingkungan kerja profesional.

1.4 Manfaat Kerja Praktik

Manfaat yang dapat diperoleh dari kegiatan kerja praktik ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat bagi Mahasiswa

Adapun manfaat bagi mahasiswa dari pelaksanaan kerja praktik ini adalah sebagai berikut:

- 1) Mendapatkan pengalaman praktis dalam penerapan teknologi untuk pengelolaan media sosial dan *digital marketing* dalam dunia kerja.
- 2) Memahami dan memanfaatkan data performa media sosial sebagai dasar evaluasi konten dan pengambilan keputusan.
- 3) Meningkatkan *soft skills* seperti komunikasi, disiplin kerja, tanggung jawab, dan penyelesaian masalah yang relevan dengan dunia kerja.

1.4.2 Manfaat bagi Perusahaan

Adapun manfaat bagi perusahaan dari pelaksanaan kerja praktik ini sebagai berikut:

- 1) Terjalin hubungan kerja sama antara Politeknik Caltex Riau dengan instansi atau perusahaan kerja praktik yaitu PT. Laksamana Muda Bersatu.
- 2) Mendapatkan kontribusi langsung dari mahasiswa berupa inovasi atau bantuan teknis dalam pengembangan sistem.

- 3) Menjadi sarana untuk memperkenalkan perusahaan kepada calon tenaga kerja profesional di masa depan.

1.4.3 Manfaat bagi Perguruan Tinggi

Adapun manfaat bagi perguruan tinggi dari pelaksanaan kerja praktik ini adalah sebagai berikut:

- 1) Menjadi bahan evaluasi kesesuaian kurikulum Program Studi Teknik Informatika dengan kebutuhan industri, khususnya pada bidang *digital branding* dan media sosial.
- 2) Memperkuat hubungan kerja sama antara Politeknik Caltex Riau dengan dunia industri sebagai mitra dalam pengembangan kompetensi mahasiswa.
- 3) Memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk menerapkan ilmu secara langsung sehingga memenuhi syarat kelulusan mata kuliah kerja praktik.

1.5 Batasan Masalah

Terdapat Batasan masalah dalam penyusunan laporan kerja praktik adalah sebagai berikut:

- 1) Pembahasan difokuskan pada aktivitas *digital marketing* di Laksamana Muda yang berkaitan dengan pengelolaan media sosial dan *digital branding*.
- 2) Platform media sosial yang dibahas meliputi Instagram, TikTok, serta penggunaan Meta Business Suite sebagai media pendukung.

- 3) Evaluasi dilakukan berdasarkan hasil observasi, dokumentasi kegiatan, serta data performa media sosial yang bersifat non-rahasia.
- 4) Analisis yang dilakukan bersifat deskriptif berdasarkan pengamatan terhadap aktivitas publikasi dan respon audiens, tanpa membahas perhitungan statistik mendalam.
- 5) Periode pembahasan dibatasi pada kegiatan kerja praktik yang berlangsung selama masa magang.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan kerja praktik ini secara keseluruhan terdiri dari lima bab, masing-masing terdiri dari beberapa sub bab. Adapun pokok pembahasan dari masing-masing bab tersebut secara garis besar sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang kerja praktik, waktu dan tempat pelaksanaan kerja praktik, tujuan kerja praktik, manfaat kerja praktik, batasan masalah, serta sistematika penulisan laporan kerja praktik.

BAB II PROFIL PERUSAHAAN

Bab ini menguraikan gambaran umum perusahaan PT. Laksamana Muda Bersatu yang meliputi sejarah singkat, visi misi, kebijakan perusahaan, struktur perusahaan, serta produk dari PT. Laksamana Muda Bersatu.

BAB III LANDASAN TEORI

Bab ini menguraikan tentang teori seperti *digital marketing*, media sosial, dan platform media sosial yang digunakan sebagai arahan dan dasar teori untuk mendukung proyek kerja praktik ini dalam pembahasan kerja praktik.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini berisi informasi mengenai kegiatan kerja praktik, proses dan hasil implementasi, serta analisis yang dilakukan selama masa kerja praktik.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan yang diambil dari sistem yang dibangun dan saran pengembangannya terhadap sistem.