

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Politeknik Caltex Riau (PCR) merupakan salah satu politeknik vokasi terbaik di Indonesia yang berkomitmen untuk meningkatkan kualitas pendidikan dan mencetak lulusan yang kompeten di bidang industri. Untuk mewujudkan hal tersebut, PCR tidak hanya mengandalkan pendidikan di dalam kampus, tetapi juga menjalin kerja sama strategis dengan berbagai perusahaan melalui program kerja praktik. Program ini bertujuan memberikan pengalaman langsung kepada mahasiswa dalam menghadapi tantangan dan dinamika dunia kerja yang sesungguhnya.

Salah satu mitra industri PCR adalah PT Usaha Saudara Mandiri. Perusahaan ini bergerak di bidang manufaktur elemen pemanas industri (heater) dengan merek dagang *United Heater (UH)*, yang telah berdiri sejak tahun 1992. PT Usaha Saudara Mandiri memproduksi berbagai jenis pemanas seperti *tubular heater*, *cartridge heater*, *band heater*, *immersion heater*, serta menyediakan peralatan teknik mekanikal seperti *oven* dan *furnace* untuk kebutuhan

industri di Indonesia. Sebagai perusahaan yang telah lama beroperasi, PT Usaha Saudara Mandiri terus berupaya beradaptasi dengan perkembangan zaman, termasuk dalam strategi pemasarannya.

Penulis melaksanakan kerja praktik di PT Usaha Saudara Mandiri pada divisi Digital Marketing selama periode 25 Agustus hingga 24 Desember 2025. Pada awal masa magang, ditemukan beberapa kendala dalam pengelolaan pemasaran digital perusahaan. Manajemen konten media sosial belum optimal, kualitas foto produk yang ada kurang memadai untuk keperluan promosi, dan desain konten yang digunakan masih terkesan konvensional. Selain itu, diperlukan evaluasi menyeluruh terhadap website resmi perusahaan, *unitedheater.co.id*, untuk meningkatkan visibilitas *online*.

Berdasarkan kondisi tersebut, fokus kegiatan kerja praktik penulis adalah merevitalisasi strategi konten visual digital marketing perusahaan. Kegiatan utama yang dilakukan meliputi: pertama, melakukan pemotretan ulang seluruh produk heater yang tersedia di kantor dan unit produksi untuk mendapatkan aset visual yang berkualitas tinggi. Kedua, mendesain ulang konten media sosial (poster,

infografis, *banner*) agar lebih modern, informatif, dan sesuai dengan identitas merek *United Heater*. Ketiga, melakukan analisis dan optimasi awal pada website perusahaan, meliputi riset kata kunci, analisis kompetitor, serta evaluasi SEO (*Search Engine Optimization*) dan SEM (*Search Engine Marketing*). Keempat, mengelola dan menjadwalkan konten secara konsisten di berbagai platform media sosial seperti Instagram, Facebook, LinkedIn, dan YouTube.

Di luar tugas rutin, penulis juga terlibat dalam proyek khusus produksi video, yaitu pembuatan video ucapan ulang tahun ke-33 PT Usaha Saudara Mandiri dan video "Behind The Scene" proses pembuatan produk *heater*. Selain itu, penulis juga berpartisipasi dalam beberapa kegiatan eksternal perusahaan dengan peran utama sebagai dokumentasi, mengingat kebutuhan akan arsip visual kegiatan yang berkualitas sebelumnya masih kurang.

Melalui serangkaian kegiatan ini, laporan kerja praktik akan membahas peran signifikan dari konten visual dalam strategi digital marketing untuk meningkatkan brand awareness dan engagement merek *United Heater*. Revitalisasi aset visual dan manajemen konten yang terencana diharapkan dapat menjadi fondasi yang lebih kuat

bagi PT Usaha Saudara Mandiri dalam bersaing di era digital.

1.2. Tujuan Kerja Praktik

Adapun tujuan dari pelaksanaan kerja praktik ini adalah sebagai berikut:

1. Menerapkan disiplin ilmu Teknik Informatika, khususnya dalam bidang desain komunikasi visual dan manajemen konten digital, dalam lingkungan kerja profesional di PT Usaha Saudara Mandiri.
2. Meningkatkan keterampilan teknis dan kreatif dalam produksi konten visual untuk pemasaran digital, meliputi fotografi produk, desain grafis (poster, banner), serta perencanaan dan produksi video.
3. Memperoleh pengalaman langsung dalam mengelola dan menganalisis strategi pemasaran digital sebuah brand industri (*United Heater*), termasuk pengelolaan media sosial, optimasi website (SEO/SEM), dan evaluasi engagement.
4. Mengembangkan kemampuan dalam mengidentifikasi masalah pada strategi konten visual

yang ada dan merancang solusi perbaikan yang efektif dan terukur.

5. Memenuhi salah satu syarat kurikulum untuk menyelesaikan program studi D4 Teknik Informatika di Politeknik Caltex Riau pada mata kuliah Kerja Praktik.

1.3. Manfaat Kerja Praktik

Manfaat kerja praktik bagi mahasiswa adalah:

1. Sebagai sarana untuk mengimplementasikan ilmu dari bidang Teknik Informatika, khususnya terkait desain antarmuka digital, manajemen konten, dan dasar-dasar analisis data, ke dalam kasus nyata strategi pemasaran sebuah perusahaan manufaktur.
2. Memperoleh pengalaman langsung dan wawasan tentang dinamika kerja di dunia industri, khususnya pada divisi digital marketing, termasuk proses kolaborasi dengan tim, memenuhi deadline, dan beradaptasi dengan budaya perusahaan.
3. Meningkatkan keterampilan teknis dan portofolio di bidang produksi konten visual (fotografi, desain grafis, editing video) serta pengelolaan platform media sosial dan website untuk tujuan komersial.

4. Membangun etos kerja profesional, kedisiplinan, dan kemampuan memecahkan masalah (*problem-solving*) dalam konteks strategi pemasaran digital yang dapat menjadi bekal berharga untuk memasuki dunia kerja.
5. Memahami secara langsung sistem kerja, alur komunikasi, dan standar operasional prosedur (SOP) yang berlaku di PT Usaha Saudara Mandiri.

Manfaat bagi Politeknik Caltex Riau:

1. Memperkuat dan merealisasikan kerja sama yang telah terjalin antara PCR dengan PT Usaha Saudara Mandiri sebagai mitra industri.
2. Mendapatkan umpan balik (*feedback*) dari dunia industri mengenai relevansi kurikulum, khususnya yang terkait dengan kompetensi digital marketing dan konten kreatif, untuk terus meningkatkan kualitas pendidikan yang aplikatif.
3. Sebagai bahan evaluasi dan pengembangan metode pembelajaran, serta untuk menyesuaikan dengan tren dan kebutuhan terbaru di bidang pemasaran digital dan teknologi informasi.

Manfaat bagi PT Usaha Saudara Mandiri:

1. Mendapatkan kontribusi berupa tenaga dan pemikiran segar dari mahasiswa untuk membantu merevitalisasi aset dan strategi konten visual pemasaran digital untuk *brand United Heater*.
2. Memperoleh hasil kerja berupa dokumentasi produk (foto & video) yang berkualitas, desain konten media sosial yang baru, serta analisis awal untuk pengembangan *website* yang dapat langsung dimanfaatkan perusahaan.
3. Sebagai salah satu bentuk implementasi tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) di bidang pendidikan dengan menjadi mentor dan menyediakan wadah pembelajaran bagi calon tenaga kerja profesional.

1.4. Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Adapun pelaksanaan kerja praktik ini dilakukan pada:

Tanggal : 25 Agustus 2025 – 24 Desember 2025

Waktu Kerja : Senin s/d Kamis pukul 08.00 WIB – 17.00
WIB, dan Jumat pukul 08.00 WIB – 17.30

WIB, Sabtu pukul 08.00 WIB – 12.00 WIB

Tempat : Kantor Produksi PT Usaha Saudara Mandiri
JL. Haji Aning (Karyawan) No. 88,
Kampung Gebang, Jatiuwung, Tangerang,
RT.005/RW.002, Sangiang Jaya, Kec. Periuk,
Kota Tangerang, Banten.

Alamat : Kantor Digital Marketing PT Usaha Saudara
Mandiri
Jl. Gatot Subroto No.39 Blok C,
RT.001/RW.9, Cibodas, Kec. Cibodas, Kota
Tangerang, Banten.

1.5. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam pelaksanaan kerja praktik ini adalah sebagai berikut:

1. Fokus kegiatan magang terbatas pada aspek Digital Marketing dan Produksi Konten Visual untuk *brand United Heater*, tidak mencakup bidang operasional produksi, keuangan, atau sumber daya manusia perusahaan.
2. Analisis dan optimasi yang dilakukan terhadap website *unitedheater.co.id* bersifat evaluatif dan

rekomendasi awal, tidak termasuk implementasi pemrograman mendalam atau perubahan struktur website.

3. Produksi konten visual (foto, desain, video) hanya memanfaatkan produk-produk heater yang tersedia di kantor dan unit produksi selama periode magang berlangsung.
4. Pengukuran peningkatan *brand awareness* dan *engagement* dianalisis berdasarkan data metrik platform media sosial yang tersedia untuk publik (seperti *likes*, *comments*, *shares*, *reach*) selama periode Agustus-Desember 2025, serta perbandingan kualitatif konten sebelum dan sesudah intervensi.
5. Seluruh data, dokumentasi, dan informasi internal perusahaan yang bersifat rahasia atau sensitif tidak disertakan dalam laporan ini untuk menjaga kerahasiaan dan keamanan data PT Usaha Saudara Mandiri.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam laporan kerja praktik ini secara keseluruhan terdiri dari lima bab, dengan tujuan

memudahkan pemahaman terhadap kegiatan dan analisis yang dilakukan selama magang. Sistematika penulisan laporan kerja praktik yang digunakan adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan konteks magang, meliputi latar belakang Politeknik Caltex Riau dan kerja samanya dengan PT Usaha Saudara Mandiri, gambaran umum perusahaan serta fokus kegiatan di divisi Digital Marketing. Bab ini juga memaparkan tujuan dan manfaat pelaksanaan kerja praktik, batasan masalah, waktu dan tempat pelaksanaan, serta sistematika penulisan laporan.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini berisi profil lengkap PT Usaha Saudara Mandiri, mencakup sejarah singkat, visi dan misi, struktur organisasi (khususnya divisi Digital Marketing), serta deskripsi produk dan brand *United Heater*. Bab ini juga menjelaskan strategi pemasaran digital yang telah dan sedang diterapkan oleh perusahaan.

BAB III LANDASAN TEORI

Bab ini memaparkan teori-teori dan konsep yang

mendasari kegiatan kerja praktik, meliputi Digital Marketing, Konten Visual (fotografi, desain grafis, video), *Brand Awareness*, *Social Media Engagement*, serta dasar-dasar *Search Engine Optimization* (SEO) dan *Search Engine Marketing* (SEM).

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan secara detail seluruh kegiatan yang dilakukan selama kerja praktik. Pembahasan meliputi proses produksi konten visual (fotografi produk, pembuatan video, desain poster), strategi pengelolaan dan penjadwalan konten di media sosial, evaluasi serta rekomendasi optimasi *website*. Bab ini juga memaparkan kendala yang dihadapi serta solusinya, serta dilengkapi dengan data pendukung seperti contoh desain, dokumentasi, dan statistik *engagement*.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan rangkuman akhir dari laporan yang memuat kesimpulan menyeluruh dari pelaksanaan kerja praktik dan dampak kegiatan