

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era digital yang semakin berkembang, industri digital telah menjadi salah satu sektor paling dinamis dan berpengaruh secara global. Perkembangan teknologi berperan penting dalam mempermudah berbagai aspek kehidupan manusia, baik dalam menjalankan aktivitas sehari-hari maupun dalam mengakses informasi dengan lebih efisien. Sebagian besar orang kemudian mulai untuk memanfaatkannya sebagai salah satu sumber utama untuk mendapatkan penghasilan (Adha,2020).

Digitalisasi telah merambah ke berbagai sektor termasuk bisnis. Digital Marketing kini sangat diandalkan oleh perusahaan untuk mengiklankan bisnis mereka. Digital Marketing adalah Menurut Kotler & Keller (2016) pemasaran digital menawarkan kemampuan unik untuk menciptakan strategi komunikasi yang lebih terarah, personal, dan menarik yang tidak dapat dilakukan pada pemasaran konvensional. Pemasaran digital juga memungkinkan bisnis untuk menjangkau audiens yang lebih luas dengan cara yang lebih efisien, serta mempersonalisasi pengalaman pelanggan yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Selain menjual jasa design *website*, aplikasi, *branding*, *UI UX*, *Comic*, PT Timedoor Indonesia juga menawarkan kelas coding untuk pemula untuk sampai senior dengan nama Timedoor Academy. *Digital Marketing* digunakan sebagai tool untuk memasarkan kelas coding, seperti *SEO website*, Meta Ads. Dalam Digital Marketing, tools seperti Meta Ads dan Blogs perusahaan berperan sangat penting guna menambah brand awareness dan visibilitas brand. Timedoor Academy memiliki total cabang (..), setiap cabang juga melakukan digital marketing dengan menggunakan Meta Ads sebagai toolsnya. Setiap cabang yang ingin menayangkan iklan di Meta Ads akan menghubungi Headquarter Timedoor Academy yang berlokasi di Tukad Yeh Aya, Renon, Bali.

Timedoor Academy menggunakan Meta Ads sebagai tools untuk melakukan *Digital Marketing*, karena sesuai dengan strategi utama dalam *Digital*

Marketing yang digunakan oleh Timedoor Academy yaitu Targeting yang spesifik dan efisien seperti orang tua yang memiliki anak yang masih usia sekolah, mahasiswa, profesional muda yang tertarik untuk belajar coding, Meningkatkan brand awareness secara luas dan cepat terutama dalam memperkenalkan cabang baru di kota tertentu, mendorong konversi dan pendaftaran kelas coding. Pemegang ditugaskan untuk mengelola akun Meta Ads Timedoor Academy, menerima permintaan tayangan iklan dari cabang-cabang Timedoor Academy.

Selain Meta Ads, Blog juga dapat digunakan sebagai media untuk membagikan informasi yang edukatif yang bermanfaat untuk membantu audiens memahami produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan. Konten blog yang sudah dioptimalkan dengan kata kunci yang relevan dapat meningkatkan peringkat di *search engine* atau mesin pencari seperti Google, sehingga blog perusahaan lebih mudah untuk ditemukan oleh calon pelanggan. Oleh karena itu, pemegang juga diberikan tanggung jawab untuk menulis blog “Schoolpedia”, yang berisi daftar sekolah swasta dan internasional unggulan di sekitar wilayah cabang Timedoor Academy. Blog ini ditujukan untuk para orang tua yang sedang mencari sekolah terbaik untuk anak-anak mereka, sekaligus menjadi media promosi untuk memperkenalkan kelas coding yang ditawarkan oleh Timedoor Academy.

Dalam era digital yang terus berkembang, kebutuhan akan strategi pemasaran yang adaptif dan terintegrasi menjadi semakin krusial, khususnya bagi perusahaan yang bergerak di bidang edukasi berbasis teknologi. Salah satu perusahaan yang aktif berkontribusi di bidang tersebut adalah PT Timedoor Indonesia, perusahaan teknologi edukasi yang memiliki berbagai lini bisnis, termasuk Timedoor Academy, yang menjadi anak perusahaannya dan fokus dalam pengajaran coding dan teknologi kepada anak-anak dan remaja. Seiring dengan perkembangan perusahaan dan ekspansi cabang di berbagai kota, baik di Indonesia maupun luar negeri, kebutuhan akan dukungan tim pemasaran yang dinamis dan kreatif pun semakin tinggi. Dalam konteks inilah, penulis berkesempatan untuk melaksanakan program magang sebagai bagian dari tim marketing di Timedoor Academy.

Selama masa magang, penulis selaku pemegang ditempatkan secara langsung di Timedoor Academy dan terlibat dalam berbagai aspek kegiatan pemasaran, baik dalam bentuk digital marketing maupun offline marketing. Penempatan ini memberikan pengalaman yang sangat berharga, karena penulis tidak hanya menjalankan satu fungsi pekerjaan, tetapi juga belajar langsung di bawah arahan tim inti perusahaan dalam berbagai lini pemasaran. Penulis tidak hanya menjalani proses belajar pasif, tetapi terlibat aktif dalam tugas-tugas nyata yang berdampak langsung pada brand visibility dan aktivitas bisnis perusahaan.

Salah satu tugas utama yang diemban oleh pemegang adalah mengelola Meta Ads, yang merupakan bagian dari strategi pemasaran digital Timedoor Academy. Pemegang bertugas membantu dalam pengelolaan iklan yang akan ditayangkan oleh berbagai cabang Timedoor, baik cabang di dalam negeri seperti Surabaya, Bali, Jakarta, maupun cabang luar negeri seperti Timedoor Vietnam. Tugas ini mencakup proses awal dari menerima *brief* dari PIC cabang, menyusun dan mengatur iklan dalam Meta Ads Manager, hingga proses pelaporan bahwa iklan telah berhasil dipublikasikan. Pemegang juga diberi tanggung jawab untuk memperbarui *ad set* setiap bulan, mengatur durasi dan anggaran sesuai dengan arahan, serta menyesuaikan target audiens berdasarkan lokasi dan segmentasi usia yang telah ditentukan oleh cabang terkait.

Selain aspek teknis pengelolaan iklan, pemegang juga dilibatkan dalam proses produksi konten yang nantinya akan digunakan dalam Meta Ads. Dalam tahapan ini, pemegang berperan dalam menyusun *hook*, *script*, dan *call to action* dari konten iklan. Pembuatan konten dilakukan dengan menyesuaikan gaya bahasa dan sudut pandang yang relevan terhadap target audiens dari masing-masing cabang. Sebagai contoh, apabila konten ditujukan untuk cabang Surabaya, maka pemegang akan menyusun *copy* dan *visual* yang sesuai dengan karakteristik masyarakat Surabaya agar pesan iklan terasa lebih personal dan efektif. Proses ini memberikan wawasan tentang pentingnya pendekatan yang kontekstual dan data-driven dalam strategi periklanan digital.

Tidak hanya terbatas pada iklan berbayar, pemegang juga diberi kesempatan untuk berkontribusi dalam produksi konten organik berupa artikel blog, khususnya

dalam proyek *Schoolpedia* milik Timedoor Academy. *Schoolpedia* adalah blog informatif yang berisi daftar sekolah swasta dan internasional unggulan di kota-kota tempat cabang Timedoor berada. Artikel ini ditujukan untuk membantu para orang tua dalam mencari referensi sekolah bagi anak-anak mereka, sekaligus memperkenalkan Timedoor Academy sebagai lembaga pendidikan teknologi yang dapat melengkapi proses belajar anak. Dalam proyek ini, pemegang bertugas mulai dari melakukan riset mendalam terkait daftar sekolah di kota tertentu, seperti alamat sekolah, kurikulum yang digunakan, hingga estimasi biaya pendidikan, kemudian menyusun artikelnya secara langsung melalui platform WordPress.

Pemegang juga dilatih untuk memahami dan menerapkan prinsip-prinsip dasar Search Engine Optimization (SEO) guna memastikan artikel yang ditulis dapat muncul di halaman awal hasil pencarian Google. Dalam proses ini, pemegang menyesuaikan struktur tulisan, kepadatan kata kunci, serta penggunaan *meta description* dan *internal link* yang sesuai agar skor SEO artikel mencapai angka optimal, yaitu di atas 80. Setelah artikel selesai ditulis dan skor SEO tercapai, pemegang menyerahkan draft kepada Project Manager untuk direview. Jika ditemukan kekeliruan seperti typo atau ketidaksesuaian data, pemegang bertugas untuk segera merevisi hingga artikel layak untuk dipublikasikan.

Lebih lanjut, pengalaman magang ini juga memberikan kesempatan bagi pemegang untuk terlibat dalam kegiatan marketing offline, salah satunya adalah melalui program *Star Student* milik Timedoor Academy. Program ini merupakan salah satu upaya perusahaan untuk menjangkau target pasar secara langsung melalui pendekatan komunitas dan pengenalan brand secara tatap muka. Dalam kegiatan ini, pemegang turut serta dalam proses *brainstorming* strategi pemasaran, mulai dari penyusunan konsep kampanye hingga penulisan *copywriting* untuk kebutuhan materi promosi seperti poster, brosur, atau media sosial. Keterlibatan dalam program ini memperluas pemahaman pemegang bahwa pemasaran tidak hanya sebatas ranah digital, tetapi juga membutuhkan kepekaan terhadap interaksi sosial dan pemahaman konteks lokal.

Secara keseluruhan, pengalaman magang di Timedoor Academy memberikan gambaran nyata tentang bagaimana dunia kerja di bidang pemasaran,

khususnya dalam industri pendidikan berbasis teknologi, berjalan secara dinamis dan multidisipliner. Pemegang tidak hanya mempelajari keterampilan teknis seperti pengelolaan iklan digital melalui Meta Ads dan penulisan konten berbasis SEO, tetapi juga mendapatkan pemahaman praktis mengenai strategi pemasaran terpadu yang melibatkan kombinasi antara media digital dan pendekatan offline.

Magang ini juga menjadi sarana pembelajaran yang sangat berharga untuk melatih kemampuan analisis, berpikir kreatif, komunikasi lintas tim, serta pengambilan keputusan yang cepat dan tepat dalam konteks kerja nyata. Oleh karena itu, tujuan utama dari pelaksanaan magang ini adalah untuk menambah wawasan dan pengalaman dalam bidang digital marketing, serta mengembangkan keterampilan yang relevan dan aplikatif di dunia kerja. Dengan bekal pengetahuan dan pengalaman yang diperoleh selama magang, pemegang berharap dapat lebih siap dalam menghadapi tantangan profesional ke depannya dan mampu memberikan kontribusi nyata dalam industri kreatif dan pemasaran digital.

1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang

Pelaksanaan magang bertujuan untuk memperoleh pengalaman serta pemahaman mengenai aktivitas industri komunikasi di perusahaan Start-Up. Secara spesifik, magang ini dirancang untuk mencapai tujuan sebagai berikut:

1. Mengetahui proses kerja pada divisi Marketing Timedoor Academy di PT Timedoor Indonesia
2. Mengimplementasikan kemampuan dan pengetahuan tentang **Copywriting and Creative Strategy** serta **Account Planning and Management** melalui magang sebagai Marketing Assistant di PT Timedoor Indonesia.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

1.3 Waktu dan Prosedur pelaksanaan Kerja

1.3.1 Waktu Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang dimulai dari tanggal 17 Februari 2025 Sampai dengan 6 Juni 2025 dengan durasi 640 jam kerja

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh program studi ilmu komunikasi UMN pada tanggal
- 2) Mengisi KRS internship di myumn.ac.id dengan syarat telah menempuh 110 sks dan tidak ada nilai D & E. Serta *request* transkrip nilai dari semester awal hingga semester akhir sebelum magang di www.gapura.umn.ac.id.
- 3) Mengajukan KM-01 dengan mengisi Google Form yang dikirim melalui email sebagai langkah verifikasi tempat magang yang sesuai dengan persyaratan. Setelah disetujui, mahasiswa akan mendapatkan KM-02 (Surat Pengantar Magang) yang diterbitkan oleh Ketua Program Studi.
- 4) Mengunduh Surat Pengantar Magang yang diberikan oleh Ketua Program Studi untuk disampaikan kepada perusahaan.
- 5) Setelah itu, mengunduh formulir KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang), dan KM-05 (Lembar Laporan Realisasi)
- 6) Selanjutnya, mengunduh form KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang), KM-05 (Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang), KM-06 (Penilaian Kerja Magang), KM-07 (Verifikasi Laporan Magang) untuk kebutuhan proses pembuatan laporan magang.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

- 1) Melakukan pengajuan untuk melakukan magang di PT Timedoor Indonesia pada HRD dengan kontrak 4 Bulan.
- 2) Menandatangani surat kontrak magang selama 4 bulan pada tanggal (...) dengan posisi sebagai *Marketing Assistant*.
- 3) Melakukan pengisian *daily task* setiap harinya dan akan ditinjau atau approved oleh supervisor.
- 4) Pihak Timedoor memberikan surat pengantar pada tanggal 17 Februari 2025 sebagai syarat dari kampus untuk melakukan pelaksanaan kerja magang.

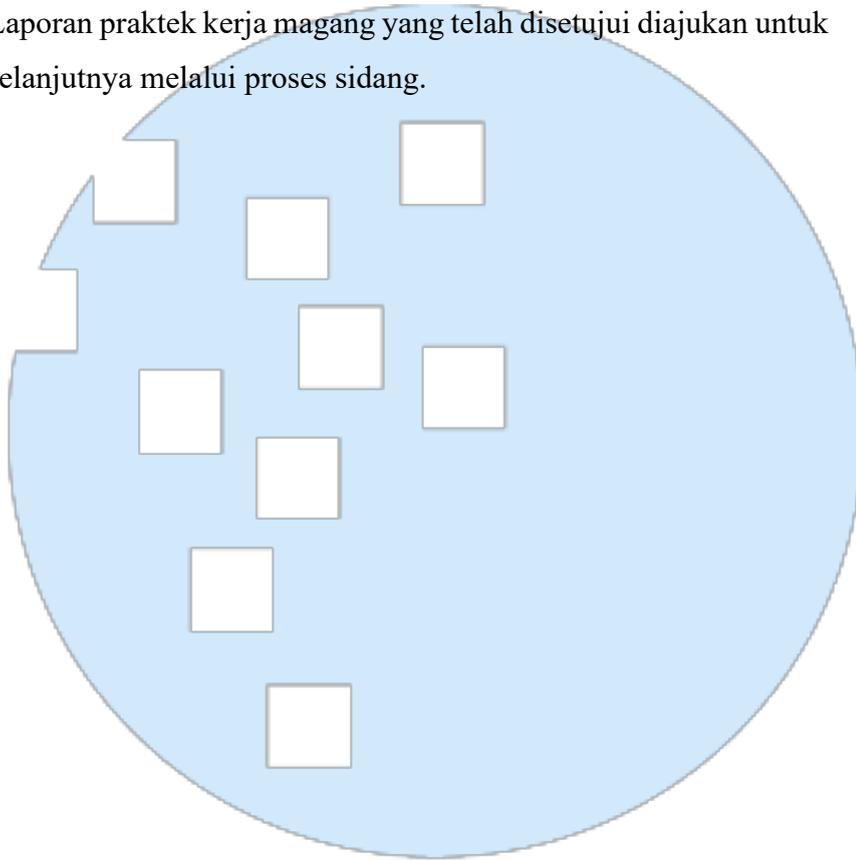
C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai *Marketing Assistant* pada departemen *Marketing Timedoor Academy*.
- 2) *Onboarding* dan kebutuhan informasi, didampingi langsung oleh *Team Leader Lapangan, Jaya Wiratha*.
- 3) Melakukan pengisian *daily task* setiap harinya dan akan ditinjau atau approved oleh supervisor.
- 4) Pengisian dan penandatanganan form KM-03 sampai KM-07 dilakukan pada saat proses praktik kerja magang berlangsung dan mengajukan lembar penilaian kerja magang (KM-06) kepada Pembimbing Lapangan pada akhir periode magang.
- 5) Melaksanakan pelaksanaan kerja magang sebagai *Marketing Assistant* sesuai isi kontrak, yaitu 17 Februari 2025 sampai dengan 6 Juni 2025

D. Proses Pembuatan Laporan Praktek Kerja Magang

- 1) Pembuatan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh bapak Dr. Tangguh Okta Wibowo, S.Hum., M.A., selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan secara onsite dan google meet.
- 2) Laporan praktek kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.

- 3) Laporan praktek kerja magang yang telah disetujui diajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang.



UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA