

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah mengubah konsep pemasaran secara signifikan. Perusahaan pada saat ini memanfaatkan platform digital untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Dalam konteks ini, Schoters, sebagai platform pendidikan digital terbesar di Asia Tenggara, memainkan peran penting dalam menyediakan program persiapan bagi pelajar dan profesional yang ingin melanjutkan studi ke luar negeri, baik dengan maupun tanpa beasiswa .

Schoters menawarkan layanan *end-to-end* yang mencakup berbagai aspek persiapan studi, mulai dari kelas bahasa, konsultasi pemilihan universitas, hingga bimbingan penulisan esai dan persiapan wawancara. Dengan dukungan *database* lebih dari 1.000 beasiswa di seluruh dunia dan pengalaman membantu siswa diterima di lebih dari 400 kampus *top* dunia yang tersebar di 43 negara, Schoters telah menjadi mitra terpercaya bagi banyak pelajar Indonesia dalam meraih impian mereka.

Ketertarikan penulis pada bidang digital *marketing* muncul karena kombinasi antara strategi komunikasi, pemanfaatan teknologi, serta analisis data dalam satu ekosistem kerja. Bidang ini bukan hanya soal menyebarkan informasi, tetapi juga tentang merancang komunikasi yang berdampak, memahami psikologi konsumen, dan memanfaatkan *insight* digital untuk mengambil keputusan yang cepat dan tepat. Selama menjalani magang di Schoters, penulis melihat secara langsung bagaimana perencanaan konten, pengelolaan kampanye digital, serta evaluasi berbasis data mampu memberikan kontribusi nyata terhadap tujuan bisnis dan sosial perusahaan ,yaitu membantu lebih banyak pelajar Indonesia meraih mimpi studi ke luar negeri

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang memiliki maksud untuk mendapatkan gambaran tentang aktivitas digital *marketing* di perusahaan yang bergerak di bidang konsultasi beasiswa. Secara khusus, aktivitas pelaksanaan magang ini bertujuan untuk:

1. Mendapatkan dan mempelajari proses kerja Digital *Marketing* yang dilakukan dalam lingkup profesional di PT PARTNER IMPIAN MILENIAL
2. Memiliki kemampuan untuk mengimplementasikan kemampuan Digital *Marketing* pada perusahaan PT PARTNER IMPIAN MILENIAL
3. Meningkatkan kemampuan bekerja dalam tim profesional lintas divisi serta membangun jaringan yang relevan dengan bidang *Digital Marketing*.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas magang dilaksanakan selama 3 bulan, dimulai pada bulan April 2025 hingga Juni 2025, dengan total jam kerja ± 650 jam, sesuai dengan ketentuan Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara dan Panduan MBKM Magang *Track 1*.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

- A. Proses Administrasi Kampus (UMN)
 - 1) Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN.
 - 2) Mengisi KRS *internship* di myumn.ac.id dengan syarat telah menempuh 110 sks dan tidak ada nilai D & E. Serta *me-request* transkrip nilai dari semester awal hingga semester akhir sebelum magang di www.gapura.umn.ac.id.
 - 3) Memiliki kesempatan untuk mengajukan KM-01 lebih dari satu kali dengan cara mengisi Google Form di email untuk memverifikasi tempat magang

yang memenuhi persyaratan dan mendapat persetujuan dalam bentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang) dari Kepala Program Studi.

- 4) Mengisi dan submit form KM-01 pada myumn.ac.id jika sudah mendapat perusahaan yang sesuai.
- 5) 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.

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

- a. Proses pengajuan praktek kerja magang dengan mengirim email langsung ke HRD dari PT PARTNER IMPIAN MILENIAL beserta *Curriculum Vitae* (CV) yang dibutuhkan untuk proses perekrutan posisi Digital Marketing Intern.
- b. Melakukan pengajuan untuk KM-01 (Kartu Magang) dan KM-02 untuk surat magang.
- c. Melakukan *interview* dengan HR dan mendapat keputusan diterima magang oleh PT PARTNER IMPIAN MILENIAL pada tanggal. 20 Maret 2025
- d. Melakukan kerja magang pada tanggal 14 April 2025

C. Proses Pelaksanaan Praktek Kerja Magang

- a. Praktek kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai *Digital Marketing Intern* pada Departemen *Marketing & Advertising*
- b. Penugasan dan kebutuhan informasi, didampingi langsung oleh *Marketing Strategist Supervisor* Padli Pakpahan selaku pembimbing.
- c. Pengisian dan penandatanganan seluruh formulir KM-03 sampai KM-07 dilakukan bersamaan dengan proses praktek kerja magang sembari mengajukan lembar penilaian program kerja magang secara

langsung kepada *Marketing Strategis Supervisor* di akhir periode program jam kerja magang.

D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

- a. Pembuatan laporan praktek kerja magang dibimbing oleh Azelia Faramita selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan daring.
- b. Laporan praktek kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.
- c. Laporan praktek kerja magang yang telah disetujui akan diajukan untuk proses sidang.