

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri digital telah menjadi kunci dalam cara organisasi melakukan pemasaran dan membangun komunikasi dengan konsumen. Di Indonesia, perkembangan teknologi dan internet mencapai titik yang signifikan, pada awal 2025 tercatat sebanyak 212 juta pengguna internet, atau sekitar 74,6% dari populasi nasional. Terdapat juga sekitar 143 juta pengguna media sosial (50,2% dari total populasi). Hal ini menunjukkan bahwa digital marketing bukan sekedar strategi tambahan tetapi, telah menjadi kebutuhan utama bagi perusahaan dalam membangun branding, menjangkau konsumen, dan meningkatkan efektivitas promosi (Kotler & Keller, 2016).



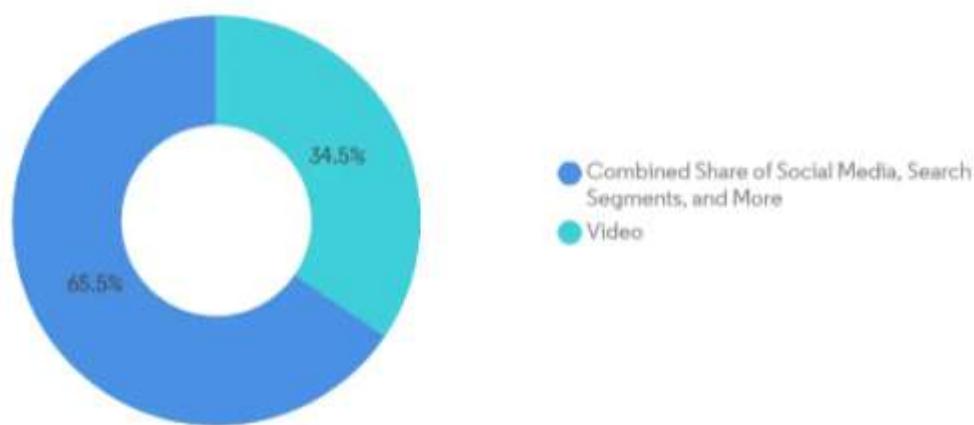
Gambar 1.1 Data pertumbuhan digital di tahun 2025

Sumber: We Are Social & Meltwater (2025)

Pertumbuhan pesat ekosistem digital juga mempengaruhi nilai belanja iklan digital di Indonesia. Berdasarkan laporan *Mordor Intelligence* (2024), Pasar iklan digital Indonesia mengalami peningkatan signifikan, dengan *Digital Video Advertising* mendominasi sekitar 34,54% dari total belanja iklan nasional.

Pertumbuhan ini didorong oleh dua faktor utama, yaitu lonjakan jumlah penonton video digital yang mencapai lebih dari 3,5 miliar jam tayang per bulan, serta efektivitas format video pendek yang populer di platform seperti *TikTok*, *Instagram*, dan *Youtube*. Fenomena ini menandakan pergeseran perilaku konsumen dari konsumsi konten panjang dan konvensional menuju konten yang lebih singkat, dinamis, dan mudah dicerna (Effendy, 2018).

Indonesia Digital Advertising Market: Market Share by Advertising Format, 2024



Gambar 1.2 Pangsa pasar iklan digital Indonesia berdasarkan format iklan pada 2024
Sumber: Mordor Intelligence (2024)

Selain video, strategi digital lain seperti pemasaran berbasis data (*data-driven marketing*), optimalisasi mesin pencari (*SEO/SEM*), dan pemasaran melalui *influencer* semakin menjadi kebutuhan utama dalam strategi promosi perusahaan. Perusahaan kini tidak hanya dituntut untuk membuat konten yang menarik, tetapi juga harus mampu mengukur performa kampanye secara komprehensif untuk memastikan efektivitas dari setiap anggaran yang dikeluarkan.

Di tengah perkembangan ekosistem digital yang semakin kompleks ini, peran perusahaan penyedia layanan digital dan kreatif menjadi sangat penting. Salah satunya adalah PT Vultra Digital Asia, sebuah perusahaan yang berfokus pada penyediaan solusi digital terintegrasi untuk berbagai kebutuhan bisnis. PT Vultra Digital Asia beroperasi dalam dua bidang utama, yaitu *Engineering*

Services dan *Creative Services*, yang bekerja secara sinergis dalam membangun solusi digital yang modern, fungsional, dan relevan dengan kebutuhan pasar.

Divisi *Engineering Services* menyediakan layanan seperti *Web Development*, *Mobile Development*, *Backend/CMS*, serta *Technology Consultation*. Layanan ini berfokus pada pengembangan teknologi yang tidak hanya memiliki tampilan yang baik, tetapi juga performa yang optimal, keamanan yang kuat, dan kemampuan skalabilitas yang sesuai dengan pertumbuhan bisnis klien. Sementara itu, divisi *Creative Services* menawarkan *Experience Design*, *Branding Development*, *Graphic Design*, serta *Marketing Collateral Design*. Seluruh layanan ini bertujuan memberikan pengalaman visual yang kuat dan membangun identitas merek yang konsisten serta berpengaruh di mata konsumen.

Kombinasi kemampuan teknis dan strategi kreatif ini membuat PT Vultra Digital Asia mampu membantu perusahaan klien menyesuaikan strategi pemasaran dan komunikasi sesuai tren digital modern. Dalam konteks ini, posisi *Digital Marketing Intern* menjadi sangat krusial, karena melibatkan proses riset tren digital, analisis kompetitor, penyusunan strategi promosi, hingga evaluasi performa kampanye digital secara menyeluruh.

Melihat pesatnya perkembangan dunia digital di Indonesia, magang di PT Vultra Digital Asia menjadi sebuah kesempatan untuk memahami secara langsung penerapan digital marketing yang berfokus pada branding, teknologi, dan strategi komunikasi digital di era modern. Tugas seorang Digital Marketing tidak hanya berkaitan dengan pembuatan konten semata, tetapi juga mencakup analisis tren digital, riset kompetitor, penyusunan strategi media sosial, serta pengelolaan *engagement*. Selain itu juga berperan dalam memahami perilaku pengguna, merancang pesan komunikasi yang efektif, serta mendukung proses branding perusahaan maupun klien.

Posisi Digital Marketing juga memberikan kesempatan untuk memahami bagaimana dinamika pasar digital pasar digital bekerja. Setiap platform digital memiliki karakteristik pengguna, algoritma, dan cara kerja yang berbeda-beda. Misalnya Instagram lebih mengutamakan visual dan interaksi cepat, TikTok berfokus pada konten video pendek dengan daya tarik viral, sementara LinkedIn

lebih profesional, menuntut gaya komunikasi yang formal dan berbasis nilai industri. Pengenalan mendalam terhadap berbagai platform tersebut menjadi keahlian penting bagi seorang digital marketer. Hal ini dikarenakan setiap strategi pemasaran digital harus dirancang sesuai dengan perilaku pengguna pada platform yang dituju agar pesan yang disampaikan dapat mencapai sasaran dengan tepat.

Perkembangan teknologi juga membawa perubahan dalam cara perusahaan memahami konsumennya. Dalam pemasaran digital, pemanfaatan data menjadi elemen penting dalam proses perencanaan dan evaluasi strategi. Data digunakan untuk menilai performa konten, memahami karakteristik audiens, serta mengevaluasi efektivitas strategi pemasaran yang telah dijalankan. Melalui pengolahan dan analisis data tersebut, seorang digital marketing dapat menyusun rekomendasi yang lebih tepat guna meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran digital.

Tren digital yang berubah cepat juga menuntut perusahaan untuk lebih adaptif dan inovatif dalam mengembangkan strategi komunikasi. Perubahan algoritma media sosial, munculnya tren konten baru, pergeseran minat konsumen, hingga dinamika persaingan antar brand merupakan tantangan yang harus dihadapi setiap hari. Oleh karena itu, pengalaman magang di PT Vultra Digital Asia memberikan pemahaman nyata mengenai bagaimana perusahaan melakukan penyesuaian strategi secara berkala agar tetap relevan dan kompetitif. Dalam konteks ini, seorang magang dapat terlibat dalam proses *brainstorming*, diskusi kreatif, hingga pengembangan konsep konten berdasarkan hasil riset tren dan analisis kebutuhan klien.

Keseluruhan pengalaman tersebut memberikan gambaran menyeluruh mengenai industri digital marketing yang begitu dinamis. Magang ini tidak hanya memberikan pemahaman teoritis, tetapi juga praktik nyata yang dapat diterapkan dalam dunia kerja profesional. Dengan terlibat langsung dalam dunia kerja profesional. Dengan terlibat langsung dalam proyek-proyek perusahaan, seorang magang dapat mengembangkan kemampuan komunikasi, kreativitas, pemecahan masalah, manajemen waktu, serta kemampuan bekerja dalam tim. Semua

kemampuan tersebut merupakan aspek penting yang dibutuhkan oleh seorang profesional di era digital.

Berdasarkan penjabaran tersebut, dapat disimpulkan bahwa kegiatan magang di PT Vultra Digital Asia tidak hanya memberikan pengalaman berharga dalam bidang digital marketing, tetapi juga memperkaya pemahaman mengenai perkembangan industri digital di Indonesia secara keseluruhan. Oleh karena itu, laporan ini disusun untuk mendokumentasikan pengalaman, proses pembelajaran, serta kontribusi yang diberikan selama masa magang. Selain itu, laporan ini juga bertujuan memberikan gambaran mengenai peran digital marketing dalam mendukung kebutuhan bisnis modern serta strategi komunikasi digital yang relevan dengan perkembangan teknologi masa kini.

1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang ini bertujuan untuk mendapatkan pengalaman langsung dalam komunikasi pemasaran dan pengembangan digital marketing di industri digital. Secara khusus, aktivitas pelaksanaan magang ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui proses kerja pada Divisi Pemasaran di PT Vultra Digital Asia.
2. Mengimplementasikan kemampuan tentang digital marketing pada Divisi Pemasaran di PT Vultra Digital Asia.

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Digital Marketing Magang di PT Vultra Digital Asia dilaksanakan secara Work From Home (WFH) setiap hari kerja. PT Vultra Digital Asia yang berlokasi di Jl. Pamulang Permai Timur 2H Blok C35 no 7, Kota Tangerang Selatan, Banten, 15417. Aktivitas Pelaksanaan kerja magang ini berlangsung pada September sampai Januari 2025-2026 dengan durasi 80 hari kerja atau 640 jam kerja sesuai dengan panduan MBKM Magang Track 1 dan sesuai dengan arahan dari program studi. Selama masa magang, mahasiswa diharuskan bekerja selama 8 jam per hari, dengan jam operasional dimulai pukul 09.00 WIB hingga 18.00 WIB, termasuk waktu istirahat.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Mengikuti pembekalan magang yang diselenggarakan oleh Program Studi Ilmu Komunikasi UMN melalui zoom meeting.
- 2) Mengisi KRS internship di myumn.ac.id dengan syarat telah menempuh 110 sks dan tidak memiliki nilai D & E. Serta melakukan permintaan transkrip nilai dari semester awal hingga semester akhir sebelum magang di www.gapura.umn.ac.id.
- 3) Memiliki kesempatan untuk mengajukan formulir KM-01 lebih dari sekali melalui *Google Form* yang dikirim via *e-mail*, sebagai verifikasi tempat magang yang memenuhi persyaratan dan mendapat persetujuan dalam bentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang) dari Ketua Program Studi.
- 4) Setelah mendapatkan perusahaan atau lembaga yang sesuai, mahasiswa wajib mengisi KM-01 di myumn.ac.id
- 5) Selanjutnya, mahasiswa dapat 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) sebagai syarat dalam penyusunan laporan magang.

B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

- 1) Mahasiswa mengajukan praktik kerja magang melalui email dengan menyertakan form KM-02 yang diberikan oleh Universitas Multimedia Nusantara kepada bagian Human Resources (HR) PT Vultra Digital Asia.
- 2) Proses seleksi dilakukan secara daring oleh Human Resources (HR) perusahaan .
- 3) Pihak Vultra Digital Asia memberikan konfirmasi secara pribadi bahwa mahasiswa diterima untuk mengikuti program magang sebagai Digital Marketing Intern pada Divisi Pemasaran.

- 4) Mahasiswa mengisi form data diri dan kontrak yang disediakan oleh perusahaan.
- 5) Vultra Digital Asia menerbitkan surat tanda terima yang mencantumkan posisi sebagai Digital Marketing Intern dan durasi program magang.

C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Program magang dijalankan dengan posisi sebagai Digital Marketing Intern pada Divisi Pemasaran.
- 2) Seluruh pelaksanaan tugas dan kebutuhan informasi terkait perusahaan dibimbing langsung oleh Bapak Antonius Joshua Sukmajaya, yang menjabat sebagai Komisaris, sekaligus bertindak sebagai supervisor dan pembimbing selama masa magang di PT Vultra Digital Asia.
- 3) Mahasiswa wajib mengisi *daily task* setiap hari di *Website* merdeka.umn.ac.id dengan mencatat aktivitas yang dilakukan selama magang, sehingga universitas dapat memantau pemenuhan durasi magang, yaitu 640 jam.

