



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**PERAN DIVISI MARKETING  
DI TALENTICS DALAM MENINGKATKAN  
BRAND AWARENESS PADA EVENT EXHIBITION**



**LAPORAN MAGANG**

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**

**ARAFANI DWI SUSANA**

**2205421103**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN**

**JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA**

**POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**2024**



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada (Tuhan) karena berkat limpahan rezeki, nikmat, rahmat, dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan magang dengan judul Peran Divisi Marketing di Talentics dalam Meningkatkan *Brand Awareness* pada *Event Exhibition*.

Laporan magang ini dapat diselesaikan dengan baik dengan melibatkan banyak pihak yang membantu penulis baik secara moril maupun material. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Dra. Iis Mariam, M.Si selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta.
3. Yanita Ella Nilla Chandra, S.A.B., M.Si selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis Terapan.
4. Risya Zahrotul Firdaus, S.I.Kom, M.Si selaku DPM (Dosen Pembimbing Magang) telah memberikan arahan sehingga penulisan laporan ini dapat terselesaikan.
5. Kak Kevin selaku Mentor Magang yang telah membimbing dalam pelaksanaan magang.
6. Kak Leonardus Mikael J.S selaku Head of Sales Talentics yang juga memberikan bimbingan selama pelaksanaan magang.
7. Kak Ajeng Septianingrum W selaku CE&IC Manager yang telah menerima dan mengarahkan selama pelaksanaan magang.
8. Kak Diva Amalia selaku Student SPV yang memberikan arahan, informasi, dan pengingat selama proses magang berlangsung.
9. Orang tua dan keluarga yang telah memberikan dukungan yang bersifat materil maupun moril.
10. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah memberikan semangat dan motivasi dalam penyusunan laporan ini.

Saya menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna dan banyak kekurangan, baik dari segi materi, penyusunan, maupun penyajian. Hal ini tidak



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

terlepas dari keterbatasan waktu, pengetahuan, dan pengalaman yang saya miliki. Oleh karena itu, saya sangat mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif dari pembaca, agar saya dapat memperbaiki diri dan menghasilkan hasil yang lebih baik di masa depan. Penulis berharap laporan ini dapat memberikan manfaat baik bagi penulis maupun bagi para pembaca

Depok, 22 Desember 2024

Penulis,

Arafani Dwi Susana

2205421103



### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>v</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Tujuan Magang.....	2
1.3 Manfaat Magang.....	3
1.3.1 Manfaat Teoritis .....	3
1.3.2 Manfaat Praktis .....	3
1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan .....	4
1.5 Jadwal Kegiatan .....	4
<b>BAB II TINJAUAN UMUM OBJEK MAGANG .....</b>	<b>10</b>
2.1 Sejarah Talentics PT Semesta Integrasi Digital .....	10
2.1.1 Profil Perusahaan .....	10
2.1.2 Logo Perusahaan.....	11
2.1.3 Visi dan Misi PT. Semesta Integrasi Digital.....	12
2.2 Kegiatan Perusahaan.....	12
2.3 Struktur Organisasi Perusahaan Magang.....	18
2.4 Struktur Organisasi Divisi dan Job Description Perusahaan .....	20
<b>BAB III PELAKSANAAN MAGANG.....</b>	<b>22</b>
3.1 Pelaksanaan dan Pembahasan Magang.....	22
3.1.1 Pelaksanaan Magang .....	22
3.1.2 Pembahasan Magang.....	33
3.2 Solusi dari Pembahasan Magang.....	39
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>48</b>
4.1 Kesimpulan .....	48
4.2 Saran .....	48
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>50</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kegiatan Pelaksanaan Magang.....	4
Tabel 1.2 Perbandingan Presentase dari Dua Event .....	45



### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Perusahaan.....	11
Gambar 2.2 Produk Talents (Bagian dari ATS platform) .....	14
Gambar 2.3 Produk Talents (Talent Assessment Platform) .....	16
Gambar 2.4 Produk Talents ( <i>Employee Experience Platform</i> ) .....	17
Gambar 2.5 Struktur Organisasi PT Semesta Integrasi Digital .....	18
Gambar 2.6 Business Structure PT. Semesta Integrasi Digital .....	19
Gambar 2.7 Function Structure PT. Semesta Integrasi Digital .....	20
Gambar 2.8 <i>Marketing Structure</i> PT.Semesta Integrasi Digital .....	20
Gambar 3.1 Tampilan Website Talents .....	23
Gambar 3.2 Flyer Bank Jatim.....	25
Gambar 3.3 Flyer Inspire Indonesia Timur .....	26
Gambar 3.4 Invoice Paid Promote Job Platform .....	27
Gambar 3.5 Flyer Promosi di Grup Telegram .....	28
Gambar 3.6 Data Spreadsheet penyebaran Flyer.....	29
Gambar 3.7 Video Konten Instagram .....	30
Gambar 3.8 Presentasi Final Project.....	31
Gambar 3.9 Presentasi Final Project.....	32
Gambar 3.10 Dokumentasi Mengikuti Evenet HR Tech 2024.....	32
Gambar 3.11 Dokumentasi Mengikuti Event HR Expo 2024.....	33
Gambar 3.12 Dokumentasi saat Event HR Tech 2024.....	34
Gambar 3.13 Dokumentasi saat Event HR Tech 2024.....	35
Gambar 3.14 Kampanye di Instagram .....	35
Gambar 3.15 Visual Booth Talents saat Event.....	37
Gambar 3.16 Data Hasil Testing Event HR Tech 2024 .....	39
Gambar 3.17 Interaksi diluar Booth .....	40
Gambar 3.18 Trial Produk.....	41
Gambar 3.19 QRCode Sosial Media Talents .....	42
Gambar 3.20 Informasi Acara 19th Indonesia HR Expo .....	44
Gambar 3.21 Data Pengunjung ke Booth Talents Saat HR Expo 2024 .....	44
Gambar 3.22 Followers Instagram Sebelum Event HR Expo 2024 .....	46
Gambar 3.23 Followers Instagram sesudah event HR Expo 2024 .....	46
Gambar 3.24 Dokumentasi Booth Talents Saat Event HR Expo 2024 .....	47

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

*Brand awareness* atau kesadaran merek adalah fondasi penting dalam strategi pemasaran modern. Menurut Aaker dalam Sutanto dkk., (2020:233) *brand awareness* adalah kesanggupan seorang calon pembeli untuk mengenali atau mengingat kembali bahwa suatu merek merupakan bagian dari kategori produk tertentu. Dalam industri yang sangat kompetitif seperti teknologi, perusahaan perlu mengembangkan strategi efektif untuk meningkatkan *brand awareness* di kalangan calon pelanggan.

Di Indonesia, pertumbuhan jumlah pengguna internet dan meningkatnya adopsi digital membuka peluang besar bagi perusahaan teknologi untuk berinovasi dalam menjangkau audiens mereka. Menurut data dari datareportal.com, dalam dua tahun terakhir penggunaan internet di Indonesia (2022-2023) meningkat pesat, menjadikannya salah satu negara dengan pengguna internet tertinggi di dunia, dengan jumlah pengguna mencapai 204,7 juta, naik 1,03% dari tahun sebelumnya. (Meliani dkk., 2024:32)

Melalui saluran digital seperti media sosial, kampanye berbasis data, *content marketing*, serta penggunaan alat otomatisasi pemasaran, perusahaan dapat berkomunikasi langsung dengan calon pelanggan, meningkatkan interaksi, dan memperkuat citra merek. Sebagai unit bisnis dari PT. Semesta Integrasi Digital, Talentics adalah perusahaan berbasis teknologi yang berfokus pada pengelolaan dan pengembangan sumber daya manusia. Talentics menyediakan berbagai solusi berbasis data untuk membantu perusahaan dalam rekrutmen, *online assessment*, dan manajemen pengalaman karyawan, serta memiliki lebih dari 300 klien perusahaan di Indonesia. Salah satu produk andalannya adalah *Talent Acquisition Platform*, yang mendukung manajemen kandidat dengan alat seperti *Applicant Tracking System (ATS)* dan *talent assessment*.

Dalam Talentics, divisi *marketing* mencakup berbagai peran, termasuk *growth marketing* dan *product marketing*. *Growth marketing* berfokus pada eksperimen



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

dan analisis data untuk menemukan peluang pertumbuhan, sedangkan *Product marketing* bertugas untuk meningkatkan kesadaran merek dan memperluas jangkauan pasar perusahaan melalui berbagai kegiatan pemasaran. Sinergi antara kedua fungsi ini menjadi pilar penting dalam membangun *brand awareness* Talents di pasar yang semakin kompetitif. Strategi utama yang diimplementasikan dalam membangun *brand awareness* adalah pemasaran digital dan partisipasi dalam *event exhibition*.

Pemasaran digital adalah salah satu strategi utama untuk menarik perhatian calon pelanggan dan meningkatkan *brand awareness*. Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa konten pemasaran yang relevan dan informatif dapat menciptakan ketertarikan serta kepercayaan dari audiens. Talents secara konsisten memproduksi konten pemasaran yang tidak hanya mendidik tetapi juga menarik minat audiens, sehingga membantu membangun citra positif di mata mereka.

Selain konten pemasaran digital, partisipasi dalam *event* seperti pameran juga merupakan langkah strategis untuk meningkatkan visibilitas merek. Keterlibatan dalam acara seperti ini memberikan kesempatan bagi Talents untuk berinteraksi langsung dengan calon pelanggan dan memperkenalkan produk secara lebih personal. Namun, partisipasi dalam *event exhibition* tidak berjalan mulus. Salah satu kendala yang dihadapi Talents adalah rendahnya jumlah pengunjung di booth yang disebabkan oleh kurang efektifnya strategi promosi pada saat event berlangsung. Hal ini membuat interaksi langsung dengan calon pelanggan menjadi kurang optimal.

Laporan ini bertujuan untuk menjelaskan peran marketing di Talents dalam meningkatkan *brand awareness*. Dengan menganalisis tantangan yang dihadapi dan strategi yang diterapkan, diharapkan laporan ini dapat memberikan wawasan yang bermanfaat bagi perusahaan serta kontribusi dalam pengembangan ilmu pemasaran di era digital.

### 1.2 Tujuan Magang

Tujuan magang ini dirancang untuk mendukung pengembangan keterampilan dan pemahaman praktis dalam bidang pemasaran. Berikut ini beberapa tujuan spesifik yang ingin penulis capai dalam kegiatan magang ini :

#### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1. Memahami dan menjelaskan peran divisi marketing dalam meningkatkan brand awareness Talentics, baik melalui pemasaran digital maupun event pemasaran.
2. Mengidentifikasi kendala yang terjadi dalam pelaksanaan strategi pemasaran di Talentics, baik dalam aspek digital marketing maupun event pemasaran (*event exhibition*).
3. Memberikan solusi atas kendala yang ditemukan dalam strategi pemasaran Talentics, dengan mempertimbangkan pendekatan yang lebih inovatif dan efektif.

### 1.3 Manfaat Magang

Pelaksanaan magang ini memberikan manfaat baik dari sisi teoritis maupun praktis. Rincian manfaat teoritis dan praktis dari pelaksanaan magang adalah sebagai berikut :

#### 1.3.1 Manfaat Teoritis

Magang ini juga memberikan peluang bagi penulis untuk mengaplikasikan ilmu yang telah dipelajari selama perkuliahan ke dalam lingkungan kerja nyata. Adapun manfaat teoritis dilakukannya magang ini adalah sebagai berikut:

1. Membantu memperdalam pemahaman mengenai konsep dan teori pemasaran yang sudah dipelajari selama perkuliahan.
2. Mendapat kesempatan untuk menerapkan ilmu yang dimiliki ke dalam dunia kerja terutama pada bidang Marketing.

#### 1.3.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang diharapkan dari kegiatan magang ini adalah sebagai berikut:

1. Mendapatkan pengalaman langsung dalam bekerja di lingkungan profesional, khususnya di bidang pemasaran pada perusahaan Talentics PT Semesta Integrasi Digital.



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penerbitan karya ilmiah, penerbitan laporan, penerbitan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2. Mengasah kemampuan berkomunikasi, berkolaborasi, dan berpikir kritis dalam mengatasi masalah pemasaran yang dihadapi oleh Talentics PT Semesta Integrasi Digital.

#### 1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Penulis melaksanakan Magang di Talentics PT Semesta Integrasi Digital dan ditempatkan pada bagian Marketing. Berikut data industri tempat pelaksanaan Magang dan waktu penulis dalam melaksanakannya.

Nama Perusahaan : Talentics PT Semesta Integrasi Digital

Alamat Perusahaan : South Quarter, Tower A, 18<sup>th</sup> Floor, Jl. RA Kartini kav.8, Cilandak Barat, Cilandak, Jakarta Selatan, 12430

Waktu pelaksanaan : 9 September 2024 – 31 Desember 2024

Jam masuk Magang : 09.00 – 17.00

#### 1.5 Jadwal Kegiatan

Magang dilaksanakan selama 4 (empat) bulan, terhitung sejak tanggal 9 September s.d. 31 Desember 2024 setiap hari Senin s.d. Jumat, pukul 09.00 s.d. 17.00 WIB di mana kegiatan dilakukan secara daring (*online*) dan secara luring (*offline*).

**Tabel 1.1 Kegiatan Pelaksanaan Magang**

No.	Tanggal	Penjelasan Kegiatan
<b>SEPTEMBER</b>		
1.	09/09/2024	Pengenalan atau orientasi lingkungan perusahaan
2.	10/09/2024	Adaptasi dengan lingkungan kerja
3.	11/09/2024	Menyusun deck presentasi tentang Talentics berdasarkan hasil riset tentang informasi perusahaan.
4.	12/09/2024	Melanjutkan pembuatan PPT Talentics dan mempresentasikannya di hadapan mentor.
5.	13/09/2024	Melakukan Google Meet dengan mentor untuk penjelasan produk Talentics dan analisis kompetitor.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

6.	17/09/2024	Melakukan riset kompetitor Talentics, merangkum hasil riset di Google Docs kemudian mempresentasikannya, mengamati website Talentics.
7.	18/09/2024	Membaca blog di website Talentics untuk penggabungan konten blog
8.	19/09/2024	<i>Listing</i> (media, CDC, komunitas magang, kampus, serta local influencers) untuk penyebaran <i>campaign</i> Bank Jatim, mengikuti <i>Zoom</i> webinar Kampus Merdeka.
9.	20/09/2024	<i>Sourcing</i> vendor merchandise untuk <i>event Executive Breakfast</i>
10.	23/09/2024	Menyusun deck berdasarkan <i>sourcing</i> vendor merchandise di Google Slides untuk <i>event Executive Breakfast</i> .
11.	24/09/2024	Melanjutkan pembuatan deck vendor di Google Slides, melakukan <i>reach out</i> ke berbagai media untuk <i>flyer campaign</i> Bank Jatim.
12.	25/09/2024	Melanjutkan <i>reach out</i> dan melakukan <i>follow-up</i> (media, CDC, komunitas magang, kampus, serta local influencers) untuk <i>flyer campaign</i> Bank Jatim.
13.	26/09/2024	<i>Listing</i> dan <i>contact</i> (media, CDC, komunitas magang, kampus, serta local influencers) untuk flyer campaign Bank Jatim, kolaborasi dengan divisi B2B Sales untuk belajar menggunakan salesql
14.	27/09/2024	<i>Listing</i> dan <i>contact</i> (media, CDC, komunitas magang, kampus, serta local influencers) untuk flyer campaign Bank Jatim
15.	30/09/2024	<i>Listing</i> dan <i>contact</i> (media, CDC, komunitas magang, kampus, serta local influencers) untuk flyer campaign Bank Jatim
<b>OKTOBER</b>		
1.	1/10/2024	<i>Listing</i> dan <i>contact</i> (media, CDC, komunitas magang, kampus, serta local influencers) untuk flyer campaign Bank Jatim, mengikuti Zoom weminar PT Semesta Integrasi Digital.
2.	2/10/2024	<i>Listing</i> dan <i>contact</i> (media, CDC, komunitas magang, kampus, serta local influencers) untuk flyer campaign Bank Jatim
3.	3/10/2024	<i>Listing</i> dan <i>contact</i> (media, CDC, komunitas magang, kampus, serta local influencers) untuk flyer campaign



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

		Bank Jatim, <i>brainstorming</i> ide konten untuk sosial media instagram Talentics
4.	4/10/2024	<i>Listing</i> dan <i>contact</i> (media, CDC, komunitas magang, kampus, serta local influencers) untuk <i>flyer campaign</i> Bank Jatim
5.	7/10/2024	Tidak ada kegiatan
6.	8/10/2024	Mencetak 300 lembar dokumen pengadaan seperti NPWP, laporan keuangan dan sebagainya
7.	9/10/2024	Membantu divisi B2B Sales merapikan dan menyiapkan dokumen tender.
8.	10/10/2024	Membantu B2B Sales mencetak 2000 laporan hasil online assesmen klien Bank Indonesia, memastikan kualitas dan ketepatan dokumen
9.	11/10/2024	Membantu B2B Sales mencetak 2000 laporan hasil online assesmen klien Bank Indonesia, memastikan kualitas dan ketepatan dokumen
10.	14/10/2024	Membantu B2B Sales mencetak 2000 laporan hasil online assesmen klien Bank Indonesia, memastikan kualitas dan ketepatan dokumen
11.	15/10/2024	Membantu B2B Sales mencetak 2000 laporan hasil online assesmen klien Bank Indonesia, memastikan kualitas dan ketepatan dokumen
12.	16/10/2024	Membantu B2B Sales mencetak 2000 laporan hasil online assesmen klien Bank Indonesia, memastikan kualitas dan ketepatan dokumen
13.	17/10/2024	Membantu B2B Sales mencetak 2000 laporan hasil online assesmen klien Bank Indonesia, memastikan kualitas dan ketepatan dokumen
14.	18/10/2024	Mencari dan <i>listing event</i> yang relevan dengan produk Talentics untuk final project
15.	21/10/2024	Membantu B2B Sales mencetak 2000 laporan hasil online assesmen klien Bank Indonesia, memastikan kualitas dan ketepatan dokumen
16.	22/10/2024	Membantu B2B Sales mencetak 2000 laporan hasil online assesmen klien Bank Indonesia, memastikan kualitas dan ketepatan dokumen
17.	23/10/2024	Membantu B2B Sales mencetak 2000 laporan hasil online assesmen klien Bank Indonesia, memastikan kualitas dan ketepatan dokumen
18.	24/10/2024	Membantu B2B Sales mencetak 2000 laporan hasil online assesmen klien Bank Indonesia, memastikan



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

		kualitas dan ketepatan dokumen, mempacking 2000 laporan untuk pengiriman.
19.	25/10/2024	Menentukan event final project, menyusun <i>flow event</i>
20.	28/10/2024	Sourcing dan menghubungi vendor merchandise untuk event HR Tech 2024
21.	29/10/2024	Sourcing dan menghubungi vendor merchandise untuk event HR Tech 2024, membuat briefing deck event HR Tech 2024
22.	30/10/2024	Meeting perencanaan penyebaran flyer campaign Indosat Ooredoo Hutchison, listing & Contact CDC Campus Target KALISUMAPA untuk flyer campaign Indosat Ooredoo Hutchison, membuat rundown untuk jaga booth di event HR Tech
23.	31/10/2024	<i>Listing dan contact</i> (media, CDC, komunitas magang, kampus, serta local influencers KALISUMAPA) untuk flyer campaign Indosat Ooredoo Hutchison
<b>NOVEMBER</b>		
1.	1/11/2024	<i>Listing dan contact</i> (media, CDC, komunitas magang, kampus, serta local influencers KALISUMAPA) untuk flyer campaign Indosat Ooredoo Hutchison
2.	4/11/2024	<i>Listing dan contact</i> (media, CDC, komunitas magang, kampus, serta local influencers KALISUMAPA) untuk flyer campaign Indosat Ooredoo Hutchison
3.	5/11/2024	<i>Listing dan contact</i> (media, CDC, komunitas magang, kampus, serta local influencers KALISUMAPA) untuk flyer campaign Indosat Ooredoo Hutchison
4.	6/11/2024	Menghadiri dan mengikuti acara HR Tech 2024
5.	7/11/2024	Menghadiri dan mengikuti acara HR Tech 2024
6.	8/11/2024	<i>Listing dan contact</i> (media, CDC, komunitas magang, kampus, serta local influencers KALISUMAPA) untuk flyer campaign Indosat Ooredoo Hutchison
7.	11/11/2024	<i>Listing dan contact</i> (media, CDC, komunitas magang, kampus, serta local influencers KALISUMAPA) untuk flyer campaign Indosat Ooredoo Hutchison
8.	12/11/2024	<i>Listing dan contact</i> (media, CDC, komunitas magang, kampus, serta local influencers KALISUMAPA) untuk flyer campaign Indosat Ooredoo Hutchison, mengerjakan deck laporan berdasarkan hasil event HR Tech 2024 untuk final project



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

9.	13/11/2024	<i>Listing</i> dan <i>contact</i> (media, CDC, komunitas magang, kampus, serta local influencers KALISUMAPA) untuk flyer campaign Indosat Ooredoo Hutchison, mengerjakan deck laporan berdasarkan hasil event HR Tech 2024 untuk final project
10.	14/11/2024	<i>Listing</i> dan <i>contact</i> (media, CDC, komunitas magang, kampus, serta local influencers KALISUMAPA) untuk flyer campaign Indosat Ooredoo Hutchison, mengerjakan deck laporan berdasarkan hasil event HR Tech 2024 untuk final project
11.	15/11/2024	Mengerjakan deck laporan berdasarkan hasil event HR Tech 2024 untuk final project
12.	18/11/2024	Mengerjakan deck laporan berdasarkan hasil event HR Tech 2024 untuk final project
13.	19/11/2024	Mengerjakan deck laporan berdasarkan hasil event HR Tech 2024 untuk final project
14.	20/11/2024	Sakit
15.	21/11/2024	Mengerjakan deck laporan berdasarkan hasil event HR Tech 2024 untuk final project
16.	22/11/2024	Mengerjakan deck laporan berdasarkan hasil event HR Tech 2024 untuk final project
17.	25/11/2024	Mengerjakan deck laporan berdasarkan hasil event HR Tech 2024 untuk final project
18.	26/11/2024	Mengerjakan deck laporan berdasarkan hasil event HR Tech 2024 untuk final project
19.	27/11/2024	Libur Pilkada
20.	28/11/2024	<i>Make sure</i> isi deck laporan Final Project, mencetak laporan keuangan Infomedia, dan 65 hasil laporan asesmen online klien Mandiri.
21.	29/11/2024	<i>Make sure</i> isi deck laporan Final Project
<b>DESEMBER</b>		
1.	2/12/2024	Revisi isi deck laporan Final Project dan latihan presentasi di depan mentor
2.	3/12/2024	Melakukan presentasi Final Project di hadapan mentor, rekan tim, dan audiens PT Semesta Integrasi Digital, <i>Listing</i> dan <i>contact</i> (media, CDC, komunitas magang, kampus, serta local influencers SUMATERA) untuk flyer campaign Indosat Ooredoo Hutchison



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.	4/12/2024	<i>Listing dan contact</i> (media, CDC, komunitas magang, kampus, serta local influencers SUMATERA) untuk flyer campaign Indosat Ooredoo Hutchison
4.	5/12/2024	<i>Listing dan contact</i> (media, CDC, komunitas magang, kampus, serta local influencers SUMATERA) untuk flyer campaign Indosat Ooredoo Hutchison
5.	6/12/2024	<i>Listing dan contact</i> (media, CDC, komunitas magang, kampus, serta local influencers SUMATERA) untuk flyer campaign Indosat Ooredoo Hutchison
6.	9/12/2024	<i>Listing dan contact</i> (media, CDC, komunitas magang, kampus, serta local influencers SUMATERA) untuk flyer campaign Indosat Ooredoo Hutchison
7.	10/12/2024	<i>Listing dan contact</i> (media, CDC, komunitas magang, kampus, serta local influencers SUMATERA) untuk flyer campaign Indosat Ooredoo Hutchison, Membantu pembuatan briefing deck untuk event HR Expo 2024
8.	11/12/2024	<i>Listing dan contact</i> (media, CDC, komunitas magang, kampus, serta local influencers SUMATERA) untuk flyer campaign Indosat Ooredoo Hutchison
9.	12/12/2024	Menghadiri dan mengikuti event HR Expo 2024
10.	13/12/2024	<i>Listing dan contact</i> (media, CDC, komunitas magang, kampus, serta local influencers SUMATERA) untuk flyer campaign Indosat Ooredoo Hutchison, Graduation dari PT. Semesta Integrasi Digital
11.	16/12/2024	<i>Listing dan contact</i> (media, CDC, komunitas magang, kampus, serta local influencers SUMATERA) untuk flyer campaign Indosat Ooredoo Hutchison
12.	17/12/2024	<i>Listing dan contact</i> (media, CDC, komunitas magang, kampus, serta local influencers SUMATERA) untuk flyer campaign Indosat Ooredoo Hutchison
13.	18/12/2024	<i>Listing dan contact</i> (media, CDC, komunitas magang, kampus, serta local influencers SUMATERA) untuk flyer campaign Indosat Ooredoo Hutchison
14.	19/12/2024	<i>Listing dan contact</i> (media, CDC, komunitas magang, kampus, serta local influencers SUMATERA) untuk flyer campaign Indosat Ooredoo Hutchison
15.	20/12/2024	<i>Listing dan contact</i> (media, CDC, komunitas magang, kampus, serta local influencers SUMATERA) untuk flyer campaign Indosat Ooredoo Hutchison
16.	23/12/2024	<i>Offboarding dan Farewell</i> dari Talentics



- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## BAB II

### TINJAUAN UMUM OBJEK MAGANG

#### 2.1 Sejarah Talentics PT Semesta Integrasi Digital

Talentics didirikan pada tahun 2017 dengan fokus untuk memberikan solusi berbasis teknologi dalam bidang pengelolaan talenta dan rekrutmen. Seiring dengan berkembangnya kebutuhan akan teknologi *Human Resource* di Indonesia, Talentics terus berinovasi dengan menghadirkan platform rekrutmen berbasis kecerdasan buatan (AI) yang dapat membantu perusahaan dalam menemukan, menilai, dan mengelola sumber daya manusia secara lebih efisien dan akurat. Pada Desember tahun 2021, Talentics bergabung dengan PT Semesta Integrasi Digital (PT SID), yang memberikan sinergi lebih besar dalam pengembangan produk dan ekspansi pasar. Melalui gabungan ini, Talentics dapat memanfaatkan sumber daya yang lebih besar dan memperluas jangkauan layanannya, khususnya di bidang teknologi sumber daya manusia (SDM), untuk memenuhi kebutuhan perusahaan-perusahaan di Indonesia dan Asia Tenggara.

##### 2.1.1 Profil Perusahaan

Talentics yang merupakan bagian unit bisnis dari PT Semesta Integrasi Digital adalah perusahaan teknologi yang berfokus pada pengembangan solusi manajemen sumber daya manusia (HR Tech) yang berbasis di Indonesia. Didirikan untuk mentransformasi cara perusahaan mengelola dan mengembangkan talenta, Talentics menyediakan platform digital komprehensif yang mengintegrasikan berbagai aspek manajemen sumber daya manusia. Talentics menawarkan rangkaian solusi *end-to-end* untuk proses rekrutmen, penilaian kandidat, dan pengembangan karyawan. Platform ini dilengkapi dengan fitur-fitur inovatif seperti sistem *Applicant Tracking System (ATS)*, penilaian berbasis *artificial intelligence*, dan alat analitik SDM yang canggih. Hal ini memungkinkan perusahaan klien untuk membuat keputusan berbasis data dalam proses *talent acquisition* dan pengembangan karyawan mereka.

Sebagai pemain utama dalam industri *HR Technology* di Indonesia, Talentics telah membangun reputasi yang kuat dalam memberikan solusi yang



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

dapat disesuaikan dengan kebutuhan spesifik berbagai jenis dan ukuran organisasi. Perusahaan ini terus berinovasi dengan mengintegrasikan teknologi terkini seperti *machine learning* dan analitik prediktif ke dalam platformnya untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas proses SDM.

Talents memiliki tim yang terdiri dari para profesional berpengalaman dalam bidang teknologi, SDM, dan pengembangan bisnis. Dengan kombinasi keahlian ini, perusahaan mampu memberikan tidak hanya solusi teknologi tetapi juga konsultasi strategis kepada klien-kliennya. Perusahaan ini telah melayani berbagai sektor industri, mulai dari *startup* teknologi hingga perusahaan besar yang sudah mapan.

Dalam upayanya mendukung transformasi digital di sektor SDM Indonesia, Talents secara aktif berkolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan termasuk perusahaan teknologi, institusi pendidikan, dan asosiasi industri. Perusahaan ini juga berkomitmen untuk terus mengembangkan solusi yang relevan dengan perkembangan pasar kerja dan kebutuhan industri yang terus berevolusi. Dengan fokus pada inovasi berkelanjutan dan layanan pelanggan yang unggul, Talents terus memperluas jangkauan layanannya dan mengembangkan fitur-fitur baru untuk memenuhi tuntutan pasar yang dinamis. Perusahaan ini bertujuan untuk menjadi mitra terpercaya bagi organisasi dalam perjalanan transformasi digital mereka, khususnya dalam aspek manajemen dan pengembangan talenta.

### 2.1.2 Logo Perusahaan

Logo atau lambang adalah identitas yang mencerminkan *brand* dan profil perusahaan, berikut ini adalah gambar dari logo Talents PT Semesta Integrasi Digital :



Gambar 2.1 Logo Perusahaan

Sumber : [talentics.id](http://talentics.id)

Logo Talentics dirancang untuk mencerminkan nilai-nilai inti perusahaan sebagai penyedia solusi berbasis data dalam pengelolaan talenta. Elemen titik-titik yang membentuk pola unik pada logo tidak hanya merepresentasikan data, tetapi juga menggambarkan pendekatan data *driven talent solutions* yang menjadi dasar utama layanan Talentics.

Nama "Talentics" sendiri merupakan akronim yang dapat dikaitkan dengan *Talent Analytics*, menegaskan fokus perusahaan pada analisis dan pengelolaan talenta menggunakan teknologi modern. Warna ungu pada logo melambangkan kreativitas dan inovasi, sementara aksentuasi kuning pada huruf "i" memberikan penekanan pada perhatian terhadap individu, mencerminkan pentingnya potensi unik dari setiap talenta. Dengan identitas visual ini, Talentics menegaskan posisinya sebagai mitra strategis bagi perusahaan yang ingin mengakuisisi, mengembangkan, dan meretensi talenta terbaiknya.

### 2.1.3 Visi dan Misi PT. Semesta Integrasi Digital

Setiap organisasi atau perusahaan pasti memiliki tujuan yang dijadikan pedoman dan diterapkan dalam aktivitas bisnisnya untuk memastikan kelangsungan dan kesuksesan organisasi atau perusahaan tersebut. Berikut adalah visi dan misi dari PT Semesta Integrasi Digital :

*Our Vision :*

*To become the Best Education Platform that enable education accessibility & collaboration*

*Our Mission :*

*Provide best learning experience to make sure students, parents, teachers, and schools use Sekolah.mu as education platform & programs.*

## 2.2 Kegiatan Perusahaan

Talentics PT Semesta Integrasi Digital menjalankan berbagai kegiatan yang berfokus pada pengembangan dan penerapan solusi teknologi dalam manajemen



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



sumber daya manusia (SDM). Berikut adalah beberapa layanan produk utama yang dilakukan oleh Talentics:

1) *Talent Acquisition Platform*

Talentics PT Semesta Integrasi Digital menawarkan *Talent Acquisition Platform* yang dirancang untuk mempermudah dan meningkatkan efisiensi proses rekrutmen bagi perusahaan. Platform ini mengintegrasikan berbagai fitur canggih yang memungkinkan organisasi untuk menjaring, menyaring, dan menilai talenta dengan lebih tepat dan cepat. Salah satu komponen utama dari platform ini adalah *Applicant Tracking System (ATS)* yang dapat disesuaikan, memungkinkan pengguna untuk mengelola seluruh proses rekrutmen dari awal hingga akhir dalam satu sistem yang terintegrasi.

Dengan memanfaatkan teknologi kecerdasan buatan (AI), *Talent Acquisition Platform* dapat secara otomatis mencocokkan kandidat dengan kriteria pekerjaan yang ditetapkan, serta menyaring lamaran berdasarkan keterampilan dan pengalaman yang relevan. Hal ini tidak hanya mempercepat proses seleksi tetapi juga mengurangi bias manusia dalam pengambilan keputusan, sehingga menghasilkan penilaian yang lebih objektif. AI juga membantu dalam memberikan wawasan baru tentang kandidat melalui analisis data yang mendalam, memungkinkan perusahaan untuk membuat keputusan yang lebih baik dalam memilih talenta.

Platform ini juga dilengkapi dengan fitur *online assessment* yang memungkinkan perusahaan untuk melakukan penilaian terhadap calon karyawan secara *real-time*. Dengan menggunakan berbagai metode asesmen, termasuk psikometri dan simulasi situasional, Talentics membantu organisasi untuk mendapatkan gambaran menyeluruh tentang kemampuan dan potensi kandidat. Hasil dari asesmen ini dapat diakses dengan mudah melalui dashboard yang intuitif, memudahkan tim HR dalam mengevaluasi dan membandingkan kandidat.

*Talent Acquisition Platform* Talentics tidak hanya berfungsi sebagai alat rekrutmen, tetapi juga sebagai solusi strategis dalam pengembangan manajemen talenta. Dengan pendekatan berbasis data, platform ini

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

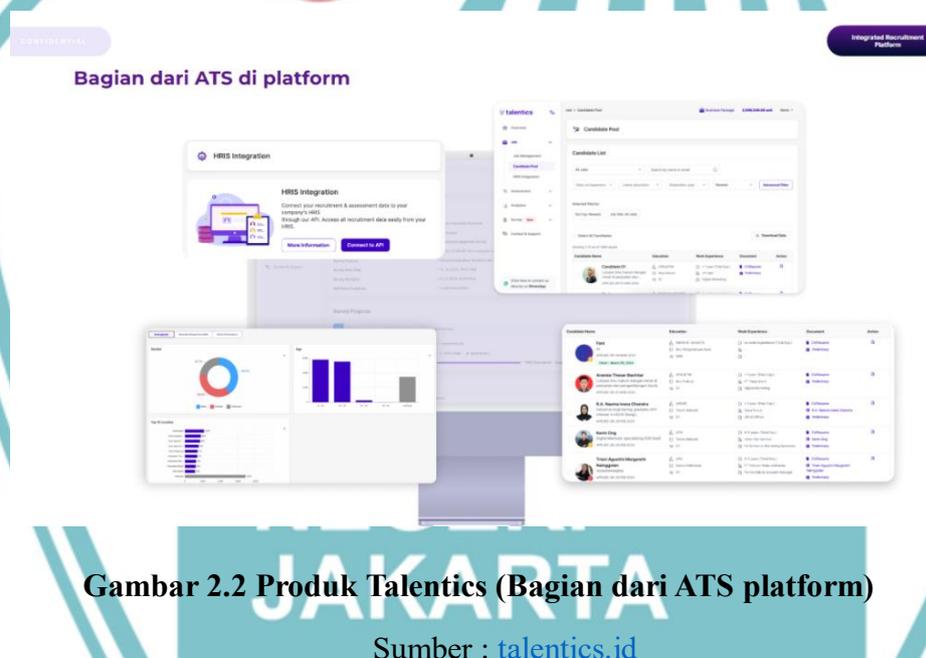


**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

mendukung perusahaan dalam merancang strategi rekrutmen yang lebih efektif dan sesuai dengan kebutuhan bisnis mereka. Selain itu, Talentics berkomitmen untuk terus berinovasi dengan menambahkan fitur-fitur baru dan meningkatkan pengalaman pengguna, sehingga dapat memenuhi tuntutan pasar yang terus berkembang.

Secara keseluruhan, *Talent Acquisition Platform* dari Talentics merupakan solusi lengkap bagi perusahaan yang ingin meningkatkan efisiensi rekrutmen mereka dan mendapatkan akses ke talenta terbaik di pasar. Dengan teknologi mutakhir dan pendekatan berbasis data, Talentics membantu organisasi untuk tidak hanya menemukan kandidat yang tepat tetapi juga mendukung pengembangan karir mereka di masa depan.



**Gambar 2.2 Produk Talentics (Bagian dari ATS platform)**

Sumber : [talentics.id](https://talentics.id)

2) *Talent Assessment Platform*

*Talent Assessment Platform* yang ditawarkan oleh Talentics PT Semesta Integrasi Digital merupakan solusi inovatif yang dirancang untuk membantu perusahaan dalam menilai dan mengembangkan potensi talenta mereka secara efektif. Platform ini menggunakan pendekatan berbasis data yang memungkinkan organisasi untuk mengukur lebih dari 60 aspek kompetensi dan karakteristik kandidat, termasuk kemampuan kognitif, kepribadian, dan keterampilan teknis. Dengan fitur *asesmen psikometri*

yang telah teruji, *Talent Assessment Platform* memberikan evaluasi yang objektif dan akurat, sehingga perusahaan dapat menentukan kesesuaian kandidat dengan posisi yang dibutuhkan.

Salah satu keunggulan dari *Talent Assessment Platform* adalah kemampuannya untuk disesuaikan dengan kebutuhan spesifik perusahaan. Tim HR dapat memilih dan menyesuaikan jenis asesmen yang paling relevan, baik itu penilaian untuk rekrutmen, pengembangan karyawan, atau evaluasi kinerja. Proses ini tidak hanya mempercepat seleksi kandidat tetapi juga meningkatkan kualitas hasil rekrutmen dengan meminimalisir bias subjektif yang sering terjadi dalam metode penilaian tradisional. Selain itu, platform ini dilengkapi dengan teknologi *anti-cheating* dan *online proctoring*, memastikan bahwa setiap asesmen dilakukan dengan integritas tinggi dan hasilnya dapat diandalkan.

*Talent Assessment Platform* juga menyediakan dashboard yang intuitif, memungkinkan pengguna untuk mengakses hasil asesmen secara *real-time* dan melakukan analisis mendalam terhadap data yang diperoleh. Dengan fitur ini, perusahaan dapat dengan mudah memantau kemajuan kandidat dan mengidentifikasi area yang perlu dikembangkan lebih lanjut. Selain itu, laporan hasil asesmen dapat diunduh dalam format yang mudah dipahami, memberikan gambaran jelas tentang performa setiap kandidat.

Dengan lebih dari 300 perusahaan yang telah mempercayakan penggunaan *Talent Assessment Platform*, Talents berkomitmen untuk terus berinovasi dalam memberikan solusi asesmen yang komprehensif. Melalui kombinasi teknologi mutakhir dan pendekatan berbasis data, platform ini tidak hanya membantu perusahaan dalam proses rekrutmen tetapi juga mendukung pengembangan berkelanjutan talenta di dalam organisasi. Dengan demikian, *Talent Assessment Platform* menjadi alat strategis bagi perusahaan dalam membangun tim yang kompeten dan siap menghadapi tantangan bisnis di masa depan.

## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

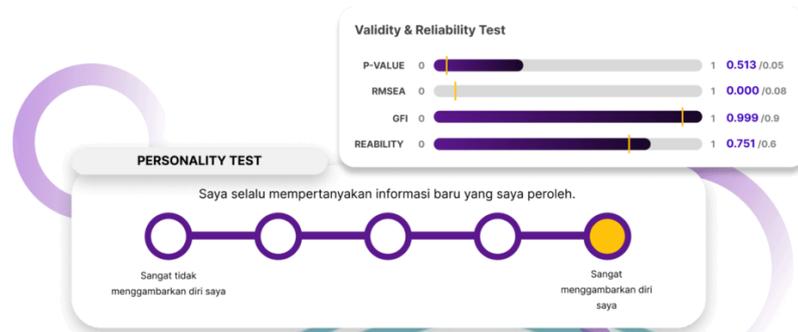
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 2.3 Produk Talents (*Talent Assessment Platform*)

Sumber : [talents.id](http://talents.id)

### 3) *Employee Experience Platform*

Talents PT Semesta Integrasi Digital menawarkan *Employee Experience Platform* yang dirancang untuk meningkatkan kepuasan dan keterlibatan karyawan dalam organisasi. Platform ini berfungsi sebagai alat yang komprehensif untuk mengumpulkan, menganalisis, dan memahami pengalaman karyawan di tempat kerja melalui survei dan umpan balik yang terstruktur. Dengan memanfaatkan data *real-time*, perusahaan dapat mendapatkan wawasan mendalam tentang budaya organisasi, tingkat kepuasan karyawan, dan area yang perlu diperbaiki untuk menciptakan lingkungan kerja yang lebih baik.

Salah satu fitur utama dari *Employee Experience Platform* adalah kemampuannya untuk melakukan *pulse checks* secara berkala. Ini memungkinkan perusahaan untuk mendapatkan umpan balik langsung dari karyawan mengenai berbagai aspek pekerjaan mereka, seperti kepuasan terhadap manajemen, keseimbangan kerja-hidup, dan peluang pengembangan karir. Dengan informasi ini, organisasi dapat dengan cepat merespons masalah yang muncul dan mengambil tindakan yang diperlukan untuk meningkatkan pengalaman kerja karyawan.

Selain itu, platform ini dilengkapi dengan alat analitik yang canggih yang membantu tim HR dalam menganalisis data hasil survei. Melalui dashboard interaktif, pengguna dapat memvisualisasikan tren dan pola

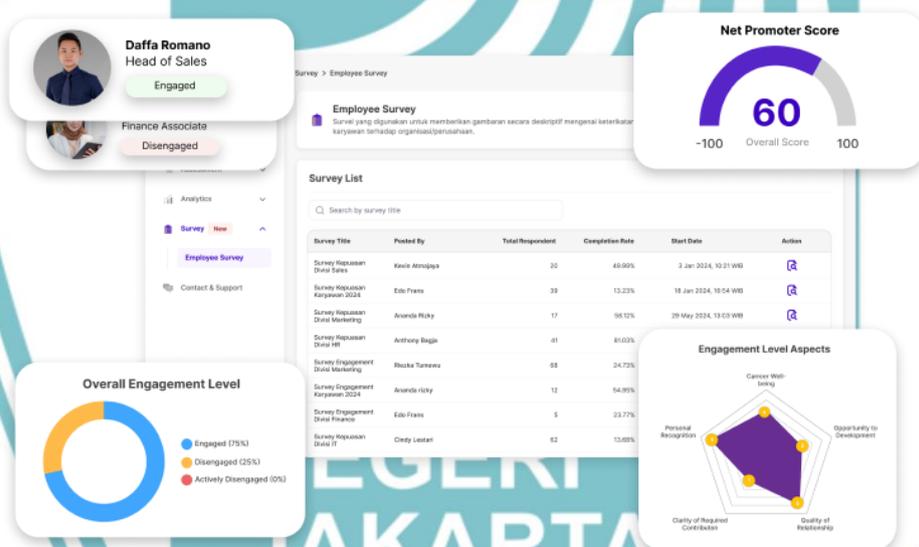


Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

dalam pengalaman karyawan, sehingga memudahkan dalam pengambilan keputusan strategis. Data ini tidak hanya berguna untuk meningkatkan retensi karyawan tetapi juga untuk menarik talenta baru dengan menciptakan reputasi perusahaan sebagai tempat kerja yang positif.

*Employee Experience Platform* juga mendukung pengembangan budaya perusahaan yang inklusif dan kolaboratif. Dengan memberikan ruang bagi karyawan untuk menyampaikan aspirasi dan masukan mereka, perusahaan dapat membangun hubungan yang lebih kuat antara manajemen dan staf, serta meningkatkan keterlibatan karyawan secara keseluruhan. Hal ini penting karena keterlibatan karyawan yang tinggi berkontribusi pada produktivitas yang lebih baik dan pencapaian tujuan bisnis.



Gambar 2.4 Produk Talents (*Employee Experience Platform*)

Sumber : [talents.id](https://talents.id)



## 2.3 Struktur Organisasi Perusahaan Magang



Gambar 2.5 Struktur Organisasi PT Semesta Integrasi Digital

PT Semesta Integrasi Digital memiliki struktur organisasi yang dirancang untuk mendukung efektivitas operasional dan pengelolaan lima unit bisnis utama yang berada di bawah naungannya. Lima unit bisnis tersebut adalah *Talentics*, *Sekolah.mu*, *Karier.mu*, *SMM (Sekolah Murid Merdeka)*, dan *Living English*. Masing-masing unit memiliki tanggung jawab dan fokus yang berbeda, namun saling mendukung untuk mencapai tujuan strategis perusahaan.

CEO PT Semesta Integrasi Digital adalah Najelaa Shihab, yang memimpin perusahaan dengan strategis untuk memberikan solusi berbasis teknologi dalam pendidikan dan pengembangan sumber daya manusia. CEO bekerja sama dengan Chief Operating Officer (COO) yang bertugas memastikan operasional berjalan lancar di seluruh unit bisnis. Selain itu, terdapat beberapa divisi pendukung seperti teknologi, pemasaran, sumber daya manusia, keuangan, dan legal yang mendukung kelima unit bisnis dalam menjalankan tugasnya.

Setiap unit bisnis memiliki kepala unit yang bertanggung jawab atas pelaksanaan strategi dan pencapaian target masing-masing. Dengan struktur organisasi yang terintegrasi dan pembagian tanggung jawab yang jelas, PT Semesta Integrasi Digital mampu menghadirkan layanan yang berkualitas dan inovatif di sektor teknologi serta pendidikan. Dukungan dari tim yang kompeten dan kolaborasi lintas divisi menjadi kunci kesuksesan perusahaan dalam menjalankan misinya untuk memberikan solusi terbaik kepada pelanggan.

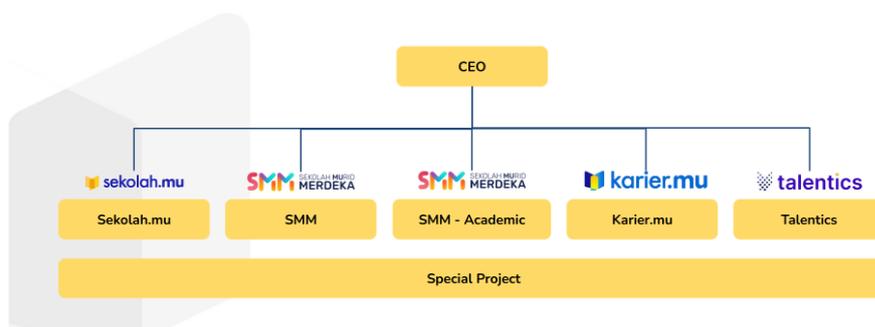
### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## Business Structure



**Gambar 2.6 Business Structure PT. Semesta Integrasi Digital**

PT Semesta Integrasi Digital memiliki *business structure* yang terstruktur secara hierarkis untuk mendukung operasional bisnisnya. Pada tingkat paling atas, perusahaan dipimpin oleh seorang CEO (*Chief Executive Officer*) yang memiliki tanggung jawab utama dalam pengambilan keputusan strategis dan mengarahkan visi perusahaan secara keseluruhan.

Di bawah CEO, terdapat beberapa *unit business* yang menjadi pilar bisnis perusahaan. *Unit business* tersebut meliputi Sekolah.mu, SMM (Sekolah Murid Merdeka), Karier.mu, dan Talentics. Setiap *unit business* ini memiliki fokus dan fungsi masing-masing dalam mendukung layanan yang ditawarkan oleh perusahaan.

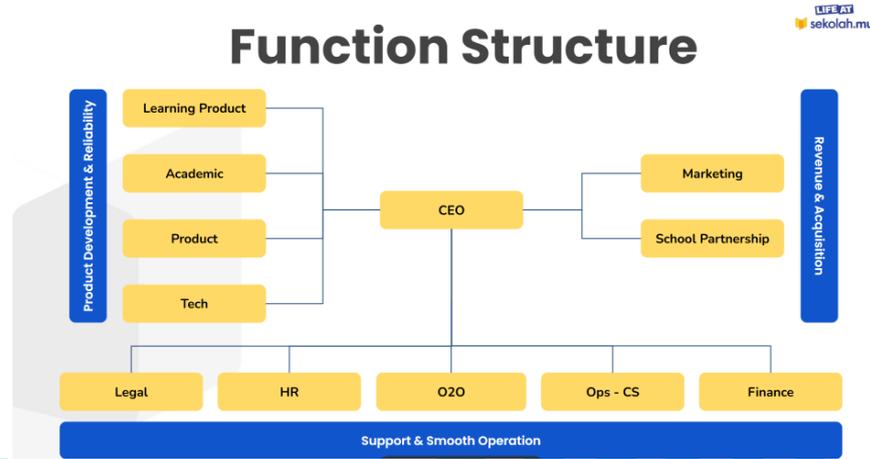
Sekolah.mu bertanggung jawab dalam menyediakan platform pendidikan yang inovatif untuk masyarakat. SMM dibagi menjadi dua bagian, yaitu SMM umum dan SMM-Akademik. SMM umum berfokus pada layanan pendidikan non-formal untuk pelajar, sedangkan SMM-Akademik mendukung kegiatan pendidikan formal dengan pendekatan yang modern dan terintegrasi. Karier.mu berperan sebagai platform pengembangan karier yang menghubungkan individu dengan peluang kerja yang sesuai. Unit business ini membantu pengguna untuk meningkatkan kemampuan profesional mereka dan mendapatkan pekerjaan yang sesuai dengan keahlian mereka. Di sisi lain, Talentics adalah platform berbasis teknologi yang mendukung pengelolaan dan pengembangan sumber daya manusia.



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

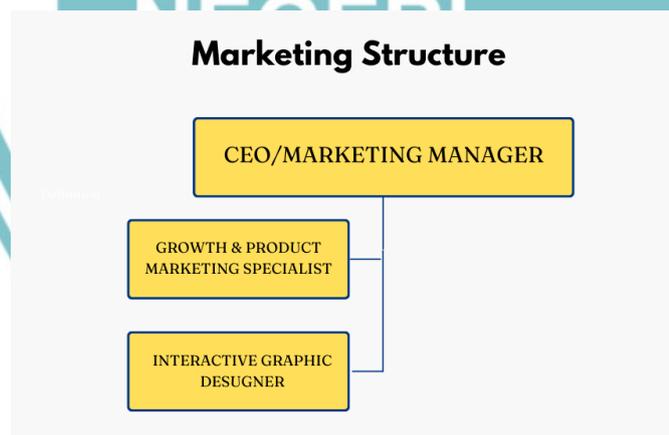
Tim ini bekerja langsung di bawah arahan CEO untuk memastikan bahwa proyek-proyek khusus dapat berjalan dengan efisien dan memberikan dampak maksimal bagi perkembangan perusahaan.



**Gambar 2.7 Function Structure PT. Semesta Integrasi Digital**

Struktur ini dirancang untuk mendukung kolaborasi antartim, sehingga setiap divisi dapat memberikan kontribusi maksimal dalam mencapai visi dan misi perusahaan. Hal ini mencerminkan pendekatan strategis PT Semesta Integrasi Digital dalam mengelola sumber daya dan operasional secara terpadu.

#### 2.4 Struktur Organisasi Divisi dan Job Description Perusahaan



**Gambar 2.8 Marketing Structure PT.Semesta Integrasi Digital**

Divisi Marketing di Talentics PT Semesta Integrasi Digital berada di bawah tanggung jawab CEO/Marketing Manager, berperan sebagai pemimpin strategis yang bertanggung jawab atas keseluruhan aktivitas pemasaran, termasuk

pengambilan keputusan dan pengawasan proyek. Pada kesempatan magang kali ini, penulis berkesempatan untuk bergabung dengan tim marketing. Beberapa tugas atau *job description* dari tim marketing adalah sebagai berikut :

- a. Mengumpulkan data kuantitatif & kualitatif yang berkaitan dengan kampanye pemasaran dan kemitraan
- b. Melakukan analisis pasar dan penelitian tentang pesaing
- c. Mendukung tugas administrasi harian tim pemasaran
- d. Mendukung tim pemasaran dalam aktivasi pemasaran *online/offline*



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## BAB III

### PELAKSANAAN MAGANG

#### 3.1 Pelaksanaan dan Pembahasan Magang

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, penulis melaksanakan kegiatan magang di Talentics PT Semesta Integrasi Digital sebagai bagian dari tim Marketing. Dalam peran ini, penulis bertanggung jawab untuk mendorong strategi pemasaran yang komprehensif dan kampanye merek, dengan fokus pada berbagai aspek seperti pemasaran konten, pemasaran media sosial, dan pemasaran acara.

##### 3.1.1 Pelaksanaan Magang

Talentics PT Semesta Integrasi Digital adalah sebuah perusahaan berbasis teknologi yang fokus pada manajemen HR melalui platform digital. Penulis melaksanakan kegiatan magang selama empat bulan, mulai dari 9 September 2024 hingga 31 Desember 2024. Penulis ditempatkan di divisi Marketing, yang memiliki peran strategis dalam meningkatkan *brand awareness* perusahaan melalui berbagai inisiatif pemasaran digital dan *offline*.

Divisi Marketing di Talentics PT Semesta Integrasi Digital memiliki peran strategis dalam mendukung pengembangan *brand awareness* dan memperluas jangkauan pasar perusahaan. Divisi ini bertanggung jawab atas berbagai kegiatan pemasaran, mulai dari pembuatan konten digital, pengelolaan media sosial, hingga pelaksanaan kampanye dan acara pemasaran. Divisi marketing memastikan bahwa strategi yang diterapkan mampu meningkatkan visibilitas merek dan membangun hubungan positif dengan pelanggan. Inisiatif pemasaran ini dilakukan dengan memanfaatkan berbagai saluran, termasuk media sosial, blog, webinar, dan partisipasi dalam *event*.

Berikut rincian pekerjaan yang penulis lakukan selama program magang dilaksanakan pada divisi Marketing :

- a. Menganalisis dan mengintegrasikan backlink pada website Talentics

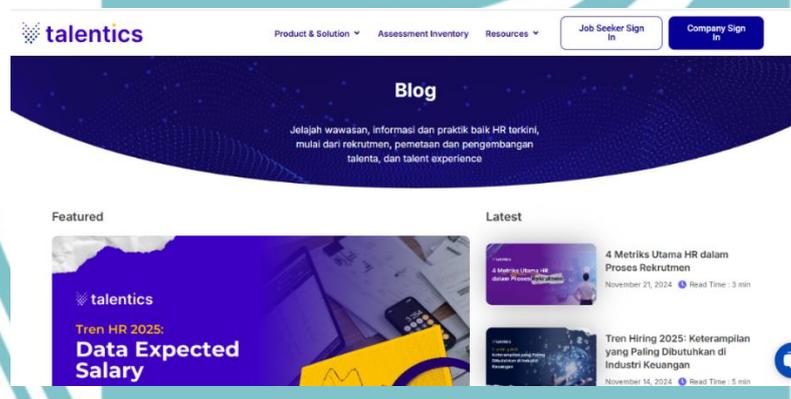
Dalam kegiatan ini penulis diberikan tugas untuk menganalisis website Talentics, terutama untuk memahami bagaimana produk-produk



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Talents disampaikan kepada audiens yang lebih luas, terutama orang awam. Penulis menemukan bahwa terdapat kekurangan informasi yang disajikan, sehingga pengunjung yang membaca tentang produk Talents merasa kebingungan mengenai fitur dan manfaat yang ditawarkan. Hasil analisis ini kemudian dibahas dengan divisi marketing, yang kemudian melakukan perbaikan pada konten website untuk membuat informasi lebih jelas dan mudah dipahami oleh pengunjung. Selain itu, penulis juga diminta untuk membaca blog yang ada di website Talents. Setiap artikel blog dilengkapi dengan referensi bacaan lain yang relevan di bagian bawah, yang masih berada di dalam situs Talents. Tugas penulis adalah untuk menyatukan referensi tersebut menjadi satu kesatuan yang lebih terstruktur, dengan tujuan meningkatkan kualitas konten internal website. Meskipun penulis yang melakukan penggabungan konten ini, pengeditan dan finalisasi tetap dilakukan oleh mentor, untuk memastikan bahwa konten yang disajikan konsisten dan sesuai dengan strategi pemasaran perusahaan.



**Gambar 3.1 Tampilan Website Talents**

Sumber : [talents.id](https://talents.id)

- b. Mengerjakan proyek untuk penyebaran flyer :
  - 1) Bank Jatim

Penulis terlibat dalam proyek untuk klien Bank Jatim. Bank Jatim mempercayakan produk *Talent Acquisition Platform* dari Talents untuk membantu proses rekrutmen mereka. Dengan menggunakan fitur *Applicant Tracking System (ATS)*, platform ini mengelola seluruh

proses rekrutmen, mulai dari mengintegrasikan halaman karir perusahaan, melakukan seleksi terhadap lamaran dan CV, menyaring kandidat, hingga menjadwalkan wawancara. Talentics bertanggung jawab dalam pencarian kandidat yang sesuai dengan kebutuhan Bank Jatim, memastikan bahwa setiap tahapan dalam proses rekrutmen berjalan dengan efisien. Divisi marketing Talentics diberi tanggung jawab untuk melakukan *Social Media Campaign Branding* pada 25 september hingga 6 November 2024 dengan target 2000 kandidat. Kampanye ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran tentang lowongan pekerjaan yang dibuka oleh Bank Jatim. *Paid promote, Press release, Community Development Centers (CDC)*, komunitas magang, komunitas kampus, *job platform, bootcamp, local influencers* digunakan sebagai saluran digital untuk memperluas jangkauan informasi kepada audiens yang lebih luas.

Penulis diberi tugas untuk mendistribusikan flyer dan materi promosi terkait proses rekrutmen melalui berbagai saluran digital. Hal ini bertujuan untuk menjangkau calon kandidat yang potensial di Lokasi yang dituju dan platform.

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 3. 2 Flyer Bank Jatim

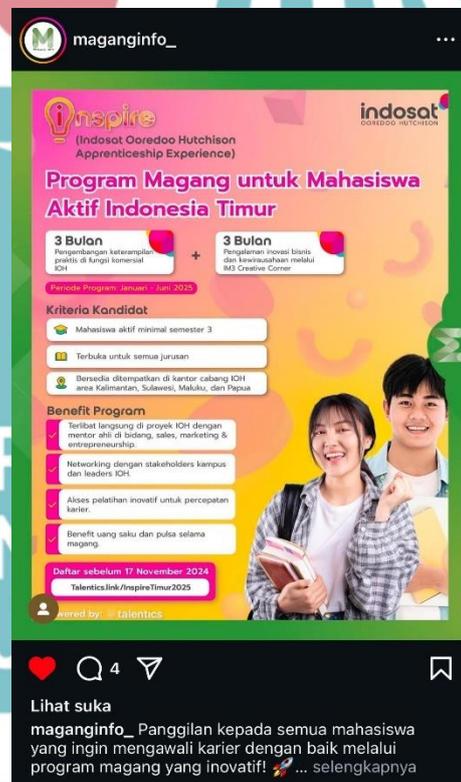
Gambar 3.2 merupakan dokumentasi beberapa strategi penyebaran flyer yang dilakukan oleh penulis melalui *job platform*.

### 2) INSPIRE Indonesia Timur

Penulis terlibat dalam *project* INSPIRE Indonesia Timur yang dikelola untuk klien Indosat Ooredoo Hutchison, yang serupa dengan proyek sebelumnya untuk Bank Jatim. Proyek ini bertujuan untuk mendukung pendaftaran INSPIRE KALISUMAPA (Kalimantan, Sumatera, dan Papua) 2024 dengan fokus pada kampanye branding di media sosial serta penyebaran informasi melalui flyer, kampanye berlangsung selama periode 30 Oktober hingga 17 November 2024.

Talents, yang memiliki *Talent Acquisition Platform*, menyediakan solusi rekrutmen yang lengkap dan terintegrasi untuk kliennya, termasuk Indosat Ooredoo Hutchison. *Talent Acquisition Platform* ini berfungsi untuk mengelola proses rekrutmen, mengintegrasikan dengan halaman karir perusahaan, melakukan seleksi lamaran dan CV, menyaring kandidat, menjadwalkan wawancara, dan

membantu dalam pengambilan keputusan strategis terkait kandidat yang paling sesuai. Dalam proyek ini, Indosat Ooredoo Hutchison mempercayakan seluruh proses rekrutmen kepada Talentics, yang menggunakan produk *Talent Acquisition Platform* untuk menyaring dan memilih kandidat terbaik. Talentics bertanggung jawab dalam pencarian kandidat yang sesuai dengan kebutuhan Indosat Ooredoo Hutchison. Penulis diberikan tugas untuk mendistribusikan flyer dan materi promosi terkait proses rekrutmen melalui *paid promote*, platform *Community Development Centers (CDC)*, komunitas magang, komunitas kampus, *local influencers*, *job platform* dan sebagainya.



Gambar 3.3 Flyer Inspire Indonesia Timur

## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



**Gambar 3.4 Invoice Paid Promote Job Platform**

Gambar 3.3 dan 3.4 merupakan dokumentasi beberapa strategi penyebaran flyer yang dilakukan oleh penulis seperti melalui komunitas magang dan strategi *paid promote* di akun *job platform* Instagram. Langkah ini bertujuan untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama mereka yang aktif mencari informasi terkait peluang kerja atau magang.

3) INSPIRE for Sumatera

INSPIRE for sumatera juga dikelola untuk klien Indosat Ooredoo Hutchison. Proyek kampanye branding ini sebelumnya telah dilaksanakan untuk wilayah KALISUMAPA (Kalimantan, Sumatera, Papua), dan kini difokuskan pada wilayah Sumatera. Kampanye berlangsung selama periode 3 Desember hingga 22 Desember 2024, dengan tujuan utama untuk pencarian kandidat yang sesuai dengan kebutuhan klien Indosat Ooredoo Hutchison.

Dalam pelaksanaannya, penulis bertanggung jawab untuk mendistribusikan flyer dan materi promosi kepada target audiens yang telah ditentukan. Penulis mendistribusikan flyer Inspire Indosat ke beberapa saluran strategis, seperti *Community Development Centers (CDC)* di kampus-kampus wilayah Sumatera, komunitas magang dan komunitas kampus, serta melibatkan local

influencers. Selain itu, materi promosi berupa *press release* juga dikirimkan ke berbagai media nasional untuk memperluas jangkauan kampanye.

Pendekatan ini bertujuan untuk menjangkau audiens yang lebih luas menjangkau calon kandidat yang potensial. Secara keseluruhan, pelaksanaan kampanye ini menjadi pengalaman yang sangat berharga bagi penulis. Tidak hanya membantu Talentics dalam mendukung kliennya, Indosat, tetapi juga memberikan wawasan langsung tentang bagaimana strategi pemasaran digital dapat diintegrasikan dengan pendekatan untuk mencapai hasil yang optimal.



**Gambar 3.5 Flyer Promosi di Grup Telegram**

Gambar 3.5 merupakan dokumentasi beberapa strategi penyebaran flyer yang dilakukan oleh penulis melalui group *job platform* pada sosial media telegram.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

#### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

A1	B	C	D	E	F	G	H	I	J
23		Instagram	<a href="#">LnognUjy?utm_source=ig_web_copy_link&amp;igsh=MzRlODBINNFZA==</a>	1,6k	1x Posting	0			posting
24	20	@permatapunya	<a href="https://www.instagram.com/p/DQ5Xy1yFJ7img_index=2">https://www.instagram.com/p/DQ5Xy1yFJ7img_index=2</a>	2,5k	include 1x post feed, 4x post story, 1x post @toko, dan di akhiri ke grup 4 angkatan dan grup organisasi	30,000	<a href="https://drive.google.com/file/d/1t48RmGfVfImPw_3CkYVxHt9aU44c_RrView/usp=drive_link">https://drive.google.com/file/d/1t48RmGfVfImPw_3CkYVxHt9aU44c_RrView/usp=drive_link</a>	<a href="https://drive.google.com/file/d/131vUtlqjU1402p4f1LjwSua4VlQPvK1JzAView/usp=drive_link">https://drive.google.com/file/d/131vUtlqjU1402p4f1LjwSua4VlQPvK1JzAView/usp=drive_link</a>	posting
25	21	@sumsel_terupdate	<a href="https://www.instagram.com/sumsel_terupdate/p/DQ5uomMx3hdZ?hl=en">https://www.instagram.com/sumsel_terupdate/p/DQ5uomMx3hdZ?hl=en</a>	46,1k	1x posting feed and story	150,000	<a href="https://drive.google.com/file/d/133xxwg_hv7ehk2-PvXV2XhPQ2Mz_daiD0View/usp=drive_link">https://drive.google.com/file/d/133xxwg_hv7ehk2-PvXV2XhPQ2Mz_daiD0View/usp=drive_link</a>	<a href="https://drive.google.com/file/d/1DC5qzucAP22komsC_Ea7a524531380VView/usp=drive_link">https://drive.google.com/file/d/1DC5qzucAP22komsC_Ea7a524531380VView/usp=drive_link</a>	posting
26	22	@disekerja				50,000	<a href="https://drive.google.com/file/d/138z95T1aP5TILQDQaUjUjIqgK7Sp3XGyView/usp=drive_link">https://drive.google.com/file/d/138z95T1aP5TILQDQaUjUjIqgK7Sp3XGyView/usp=drive_link</a>	<a href="https://drive.google.com/file/d/1yB9tmHwgy40EBa0166h76d7zAsTolpCvView/usp=drive_link">https://drive.google.com/file/d/1yB9tmHwgy40EBa0166h76d7zAsTolpCvView/usp=drive_link</a>	posting
27	23	@brocakmfunand	<a href="https://www.instagram.com/p/DQcM4W5XAd?img_index=2">https://www.instagram.com/p/DQcM4W5XAd?img_index=2</a>	1,4k	1x posting feed and story	20,000			posting
28	24	@fmcunand	<a href="https://www.instagram.com/p/DQcY5G5H4D7QsahvMx7Fw?zmid=QzajE2OA%3D%3D&amp;img_index=2">https://www.instagram.com/p/DQcY5G5H4D7QsahvMx7Fw?zmid=QzajE2OA%3D%3D&amp;img_index=2</a>	2,3k	1x posting feed and story	0			posting

Gambar 3.6 Data Spreadsheet penyebaran Flyer

Berdasarkan gambar 3.6 semua penyebaran flyer yang dilakukan dicatat secara terperinci di spreadsheet. Pencatatan ini mencakup bukti pekerjaan, bukti posting, dan bukti invoice. Dengan adanya dokumentasi tersebut, proses promosi dapat dipantau dengan baik, memastikan setiap aktivitas berjalan sesuai rencana, serta mempermudah pengelolaan data untuk kebutuhan evaluasi dan laporan akhir.

- c. Mencari ide konten dan membuat video konten untuk kampanye pemasaran

Proses pencarian ide konten sosial media Instagram untuk mendukung strategi pemasaran perusahaan. Dalam tugas ini, penulis membantu mencari referensi dari berbagai kompetitor, yang digunakan sebagai inspirasi untuk pembuatan konten kreatif. Salah satu ide yang dikembangkan adalah pembuatan video promosi yang menampilkan momen-momen menarik dari event yang diikuti oleh Talentic. Beberapa kali penulis juga terlibat langsung dalam proses pengambilan video selama event berlangsung. Video ini dirancang untuk meningkatkan daya tarik kampanye pemasaran dan memperkuat *brand awareness* perusahaan.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



**Gambar 3.7 Video Konten Instagram**

- d. Membuat dan melaksanakan final project

Pelaksanaan Final project yaitu penulis bersama mentor dan tim akan menentukan topik yang akan dikerjakan. Kemudian, setelah menyelesaikan proyek akhir sesuai dengan role masing-masing, mahasiswa/i akan mempresentasikan pada sesi Intern Talks. Konsepnya seperti seminar publik yang menyajikan hasil magang.

Final Project yang dikerjakan melibatkan partisipasi dalam event HR Technology 2024, di mana kelompok penulis berperan aktif dalam memimpin jalannya acara. Sebelum acara dimulai, penulis bersama tim melakukan berbagai persiapan, seperti memberikan briefing kepada seluruh anggota tim untuk memastikan setiap orang memahami tugasnya, memverifikasi kelengkapan acara agar sesuai rencana, serta mencari dan mengoordinasikan merchandise yang akan digunakan selama event. Selama berlangsungnya acara, penulis bertugas menjaga booth Talentics. Keterlibatan ini memberikan pengalaman langsung

dalam mengelola kegiatan event serta membangun komunikasi yang efektif..

Setelah mengikuti event *HR Technology 2024*, penulis bersama tim melanjutkan dengan menyusun presentasi dalam bentuk PowerPoint (PPT) untuk mendokumentasikan hasil kegiatan selama event. Presentasi ini mencakup gambaran umum tentang pelaksanaan acara, evaluasi terhadap jalannya event, serta analisis keberhasilan dan kekurangan yang ditemukan. Penulis juga menyusun rekomendasi strategis untuk perbaikan di masa depan. PPT ini dipresentasikan dalam sesi *Intern Talks*, yang dirancang sebagai seminar publik untuk memaparkan hasil Final Project kepada mentor, rekan tim, dan audiens lainnya di PT Semesta Integrasi Digital.



Gambar 3.8 Presentasi Final Project

## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





**Gambar 3.9 Presentasi Final Project**

e. Mengikuti event sebagai strategi pemasaran

Penulis berkesempatan untuk mengikuti beberapa event yang merupakan bagian dari strategi pemasaran perusahaan. Mengikuti event adalah salah satu cara efektif yang digunakan Talentics untuk memperkuat *brand awareness* dan membangun hubungan dengan calon klien maupun mitra potensial. Pada event pertama, penulis berkontribusi sebagai bagian dari Final Project. Partisipasi dalam event ini tidak hanya memberikan pemahaman lebih mendalam tentang pentingnya detail operasional, tetapi juga memperkuat keterampilan komunikasi dan kerja tim penulis. Event-event tersebut menjadi bukti nyata peran aktif Talentics dalam mengimplementasikan strategi pemasaran yang inovatif dan efektif.



**Gambar 3.10 Dokumentasi Mengikuti Evenet HR Tech 2024**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



**Gambar 3.11 Dokumentasi Mengikuti Event HR Expo 2024**

### 3.1.2 Pembahasan Magang

Selama magang di Talentics PT Semesta Integrasi Digital, penulis memperoleh banyak ilmu dan wawasan, khususnya dalam bidang pemasaran digital dan pelaksanaan event sebagai bagian dari strategi *branding*. Namun, penulis juga menemukan beberapa masalah yang dihadapi dalam pelaksanaan pemasaran. Pemasaran yang efektif sangat penting untuk meningkatkan *brand awareness*.

Identifikasi masalah ini menjadi fokus utama dalam pembahasan ini, yang bertujuan untuk mengeksplorasi peran marketing dalam meningkatkan *brand awareness* bagi Talentics.

#### a. Pelaksanaan *Event Exhibition*

*Event exhibition* memberikan kesempatan kepada Talentics untuk bertemu langsung dengan calon klien dan mitra bisnis potensial, sekaligus memamerkan solusi teknologi yang dirancang untuk kebutuhan pengelolaan sumber daya manusia (SDM). Pelaksanaan *event exhibition* oleh Talentics menunjukkan beberapa tantangan yang



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

perlu diatasi untuk meningkatkan efektivitas dan menarik lebih banyak pengunjung. Jumlah kunjungan ke booth Talentics selama event berlangsung masih relatif sedikit, yang menunjukkan bahwa strategi menarik perhatian audiens perlu diperbaiki.

Menurut Ruslan (2003:239) komunikasi model sirkular tercipta dalam event karena adanya respon dan hubungan timbal balik antara komunikator yaitu pemilik usaha dengan komunikan yaitu pengunjung event khalayak akan memperoleh pengetahuan dari apa yang telah dirasakan oleh panca inderanya melalui pengalamannya. Artinya bahwa event dapat mempengaruhi target pasarnya lebih dari 90%, karena event mampu menyajikan pengetahuan yang dapat diserap oleh publik dengan hampir semua panca indera. Pengunjung event akan melihat, mendengar, meraba, mencium, secara langsung. Hampir semua pengetahuan yang disajikan saat event dapat diserap melalui panca indera manusia, menyaksikan dan memperhatikan pada saat event berlangsung. Wu (2016) mengungkapkan event juga berperan dalam membangun *image* (citra) dan daya tarik *brand* pada masyarakat. (Rabbani dan Dharmawan, 2021)

Secara keseluruhan, pelaksanaan *event exhibition* oleh Talentics menunjukkan potensi yang besar, tetapi ada banyak aspek yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan efektivitas.



**Gambar 3.12 Dokumentasi saat Event HR Tech 2024**



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 3.13 Dokumentasi saat Event HR Tech 2024

### b. Strategi yang Dilakukan Talentics pada *Event Exhibition*

Strategi Talentics pada *event exhibition* lebih banyak difokuskan pada tahap sebelum dan sesudah acara.



Gambar 3.14 Kampanye di Instagram



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Berdasarkan Gambar 3.14 sebelum event berlangsung, Talentics memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan keikutsertaannya. Kampanye ini bertujuan menginformasikan audiens bahwa Talentics akan hadir di pameran. Konten yang diunggah meliputi pengumuman partisipasi dan ajakan untuk datang. Namun, rendahnya *engagement rate* di media sosial Talentics membuat promosi ini kurang efektif menjangkau audiens yang lebih luas.

Rendahannya jumlah *like*, komentar, *viewers*, dan *share* pada konten sosial media Talentics menunjukkan bahwa audiens tidak terlibat dengan konten yang diposting. Coviello dkk (2024:2922) menyatakan bahwa pemasaran digital merupakan penggunaan internet dan penggunaan teknologi interaktif lain untuk menciptakan dan menghubungkan dialog antara perusahaan dan konsumen yang telah teridentifikasi.

Meskipun Talentics aktif di media sosial, kurang optimalnya pemasaran digital Talentics membuat *engagement rate* pada konten yang diposting masih rendah. *Social media marketing* adalah proses memantau dan memfasilitasi interaksi serta partisipasi pelanggan untuk menciptakan interaksi positif dengan perusahaan dan merek perusahaan. Interaksi dapat berlangsung di situs web Perusahaan, platform jejaring sosial, dan situs web pihak ketiga lainnya (Ketut & Wardana, 2024).

Selama event berlangsung, strategi aktif untuk menarik perhatian pengunjung ke booth tidak banyak dilakukan.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



**Gambar 3.15 Visual Booth Talentics saat Event**

Berdasarkan gambar 3.15 Talentics lebih mengandalkan daya tarik visual booth dan materi promosi seperti brosur untuk menarik audiens. Sayangnya, pendekatan pasif ini tidak cukup efektif dalam lingkungan pameran yang sangat kompetitif, di mana booth-booth lain lebih interaktif dan menarik. Akibatnya, jumlah pengunjung ke booth Talentics menjadi rendah, sehingga interaksi langsung dengan calon pelanggan terbatas.

Setelah event selesai, strategi *follow-up* diterapkan untuk menjaga komunikasi dengan calon klien yang telah memberikan kartu nama mereka selama acara. *Follow-up* dilakukan melalui email atau panggilan telepon untuk memperkenalkan lebih lanjut layanan Talentics dan menjajaki peluang kerja sama. Namun, karena jumlah pengunjung booth yang sedikit, data kartu nama yang dapat di *follow-up* juga sangat terbatas, sehingga dampak strategi ini tidak maksimal.

Kendala ini menunjukkan bahwa fokus yang terlalu besar pada strategi sebelum dan sesudah event saja tidak cukup untuk mencapai tujuan meningkatkan *brand awareness*. Minimnya aktivitas interaktif selama event, seperti demo produk atau kegiatan menarik lainnya,

membuat booth Talentics kurang menonjol dibandingkan dengan kompetitor.

### c. Kendala Strategi pada *Event Exhibition*

Salah satu faktor yang memengaruhi rendahnya kunjungan adalah komunikasi tim booth yang kurang proaktif. Tim Talentics yang hanya menunggu pengunjung datang ke booth tanpa melakukan pendekatan proaktif tidak mampu menarik perhatian audiens secara maksimal. Tim Talentics yang tidak aktif berinteraksi dengan pengunjung dapat membuat booth terlihat kurang menarik dan mengurangi kesempatan untuk membangun hubungan dengan calon pelanggan sehingga potensi untuk memperkenalkan produk dan layanan Talentics belum sepenuhnya tercapai. Tenaga penjualan harus mendekati tahap awal interaksi dengan tujuan pengembangan pelanggan jangka panjang; kemudian, mereka harus memajukan hubungan dari pertemuan awal tersebut (Kaski dkk., 2018).

Minimnya penawaran khusus di booth juga menjadi kendala yang harus diatasi. Promosi merupakan suatu kegiatan atau serangkaian tindakan yang dilakukan oleh perusahaan atau organisasi untuk meningkatkan penjualan produk atau jasa, memperkenalkan merek baru, serta meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk atau merek tertentu. (Moonik dkk., 2023)

Adapun tujuan dari pada perusahaan melakukan promosi menurut Tjiptono adalah menginformasikan (*informing*), mempengaruhi dan membujuk (*persuading*) serta mengingatkan (*reminding*) pelanggan tentang perusahaan dan bauran pemasarannya (Panguriseng dan Nur, 2022).

Talentics juga kurang memanfaatkan sinergi antara pemasaran digital dan *offline*. Integrasi antara kedua jenis pemasaran ini dapat meningkatkan visibilitas dan keterlibatan audiens yang lebih besar.

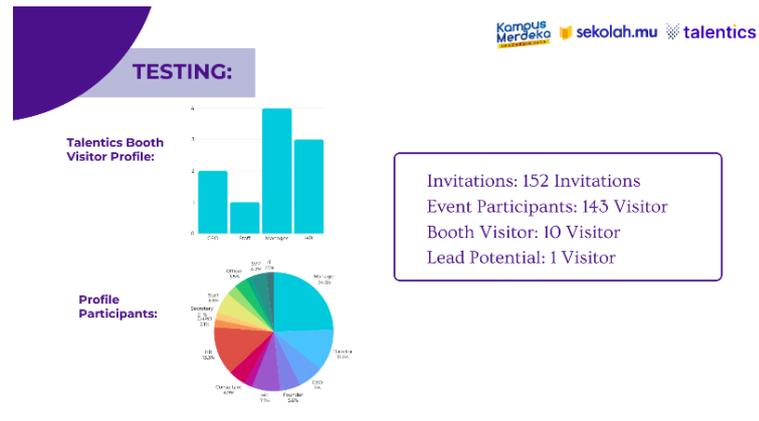


#### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



**Gambar 3.16 Data Hasil Testing Event HR Tech 2024**

Berdasarkan gambar 3.16 data pada event HR Technology 2024, sebanyak 143 *participants* hanya 10 orang yang mengunjungi booth Talentics yang dimana presentase kunjungan :

$$(10/143) \times 100 = 6\%$$

Ini berarti 6% dari total pengunjung event datang ke booth Talentics. Data menunjukkan bahwa mayoritas pengunjung booth berasal dari kalangan Manager dan HR, sesuai dengan target audiens Talentics. Meskipun profil peserta event didominasi oleh peran yang relevan seperti Manager (24,5%) dan HR (13,3%), jumlah kunjungan ke booth yang rendah menandakan adanya tantangan dalam menarik perhatian audiens secara langsung.

### 3.2 Solusi dari Pembahasan Magang

Berdasarkan hasil dari pengamatan / observasi selama 4 (empat) bulan magang di Talentics PT Semesta Integrasi Digital ini dapat terlihat bahwa terdapat kurangnya penerapan atau implementasi strategi pemasaran yang efektif pada divisi *marketing*, beberapa solusi strategis diterapkan untuk meningkatkan efektivitas partisipasi dan *engagement*. Solusi ini bertujuan untuk memperkuat *brand awareness*, dan memanfaatkan peluang *engagement* di media sosial. Dalam konteks ini, penerapan teori pemasaran yang relevan akan memberikan landasan yang kuat bagi setiap solusi yang diterapkan.

- a. Melakukan Interaksi di luar booth



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



**Gambar 3.17 Interaksi diluar Booth**

Solusi yang diterapkan berdasarkan gambar 3.17 adalah melakukan interaksi di luar booth yang dapat menciptakan pengalaman yang lebih mendalam bagi pengunjung. Dengan mendekati pengunjung secara proaktif, Talentics dapat membangun koneksi yang lebih kuat dan memperluas jaringan profesional di industri HR. Tim Talentics dapat menarik perhatian audiens yang mungkin tidak berencana mendatangi booth Talentics.

Interaksi di luar booth juga dapat memperkuat hubungan emosional antara merek dan pengunjung. Teori Keterikatan Tempat yang dikemukakan oleh Tuan (1977) menjelaskan bahwa pengalaman positif di suatu tempat dapat meningkatkan keterikatan emosional individu terhadap tempat tersebut (Anggia dkk., 2022). Ketika pengunjung merasa terhubung secara emosional dengan merek melalui interaksi yang menyenangkan dan bermakna, mereka lebih cenderung mengingat dan merekomendasikan merek tersebut kepada orang lain. Hal ini berkontribusi pada peningkatan *brand awareness*.

- b. Memberikan trial produk



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



**Gambar 3.18 Trial Produk**

Berdasarkan gambar 3.18, memberikan trial produk Talentics kepada pengunjung booth adalah langkah yang strategis. Teori A-T-R (*Awareness, Trial, Reinforcement*) yang dikemukakan oleh Ehrenberg dalam (Saputra, 2018) teori ini menjelaskan bahwa untuk membangun kesadaran (*awareness*) terhadap suatu produk, langkah selanjutnya adalah memberikan kesempatan kepada konsumen untuk mencoba produk tersebut (*trial*).

Dengan memberikan pengunjung kesempatan untuk mencoba solusi Talentics, perusahaan dapat menunjukkan nilai dan manfaat nyata dari produk tersebut. Hal ini bukan hanya meningkatkan keterlibatan, tetapi juga memberikan peluang untuk mendemonstrasikan keunggulan produk secara langsung.

c. Membuat QRcode sosial media Talentics

Teknologi juga menjadi bagian penting dari strategi ini. Sejarah Era Industri 5.0 menandai perubahan besar dalam dunia industri dan bisnis di seluruh dunia, di mana teknologi serta inovasi berperan sebagai faktor utama dalam menentukan keberhasilan dan keberlanjutan perusahaan (Vera Maria dkk., 2024)



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



**Gambar 3.19 QRCode Sosial Media Talentics**

Pada gambar 3.19, pembuatan QRcode yang mengarah ke akun Instagram dan LinkedIn Talentics adalah langkah inovatif untuk memanfaatkan event sebagai ajang promosi digital dan peluang membangun *engagement* sosial media. Pengunjung yang memindai QRcode tersebut bisa langsung terhubung dengan media sosial Talentics, yang memungkinkan perusahaan untuk memperluas jangkauan audiens. Menurut Yulianti Arischa dkk., (2023:768) pemasaran online dianggap mampu menjangkau konsumen secara lebih luas karena memanfaatkan jaringan internet yang menghubungkan antara produsen dan konsumen tanpa perlu bertemu secara langsung. Sementara itu, pemasaran offline adalah kegiatan pemasaran yang dilakukan secara langsung dengan tatap muka antara penjual dan pembeli dengan memanfaatkan sarana suatu tempat.

Sebagai insentif, Talentics memberikan merchandise kepada *participans* yang melakukan scan QRcode. Hal ini akan mendorong lebih banyak orang untuk terhubung dengan media sosial Talentics. Merchandise yang menarik dapat berfungsi sebagai alat pemasaran yang efektif karena penggunaannya oleh pengunjung akan memperkenalkan merek kepada orang lain di lingkungan mereka. Media yang akan digunakan dalam upaya



membangun *brand awareness* adalah *Merchandising* (Hanafi dkk., 2024:52).

d. Hasil implementasi solusi di event HR Expo 2024

Dalam event HR Expo 2024, beberapa solusi strategis diimplementasikan dengan tujuan meningkatkan efektivitas partisipasi dan *engagement*. Solusi ini tidak hanya bertujuan untuk memperkuat *brand awareness*, tetapi juga untuk memanfaatkan peluang untuk meningkatkan *engagement* di media sosial secara optimal. Salah satu solusi yang diterapkan adalah melakukan interaksi di luar booth. Melalui pendekatan ini, tim Talentics berhasil menciptakan pengalaman yang lebih mendalam bagi pengunjung. Memberikan informasi kepada konsumen dengan jelas tentang produk atau layanan merupakan langkah awal yang penting dalam membangun kesadaran merek (*brand awareness*) dan menarik konsumen (Amelia & Iswadi, 2023)

Dengan mendekati pengunjung secara proaktif, Talentics mampu menarik perhatian audiens yang awalnya tidak berencana untuk mengunjungi booth. Hal ini menunjukkan bahwa interaksi yang lebih personal dapat meningkatkan efektivitas pemasaran dalam konteks pameran. Interaksi di luar booth juga berfungsi untuk memperkuat hubungan emosional antara merek dan *participans*.

Selanjutnya, pemberian trial produk Talentics kepada pengunjung booth menjadi langkah strategis lainnya. Dengan memberikan trial produk, Talentics tidak hanya dapat menunjukkan nilai dan manfaat nyata dari solusi yang ditawarkan, tetapi juga meningkatkan keterlibatan pengunjung secara langsung.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



**Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta**

**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



**Gambar 3.20 Informasi Acara 19th Indonesia HR Expo**

Berdasarkan gambar 3.20, acara HR Expo yang diikuti oleh Talentics dihadiri lebih dari 600 *HR Practitioner*.



**Gambar 3.21 Data Pengunjung ke Booth Talentics Saat HR Expo 2024**

Dari gambar 3.21 hasil dari implementasi solusi ini terlihat dengan jelas pada event HR Expo 2024. Dari total 600 *participants* yang hadir, sekitar 75 *participants* datang ke booth Talentics.

Persentase kunjungan :  $(75/600) \times 100 = 12,5\%$ .



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Ini berarti 12,5% dari keseluruhan pengunjung event datang ke booth Talentics.

**Tabel 1.2 Perbandingan Presentase dari Dua Event**

Event	Peserta yang hadir di event	Peserta yang mengunjungi booth Talentics	Presentase
HR Technology 2024	143	10	6%
HR Expo 2024	600	75	12,5%

Berdasarkan tabel 1.2 perbandingan hasil dari dua event yang diikuti Penulis, yaitu HR Technology 2024 dan HR Expo 2024, menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam efektivitas strategi booth setelah implementasi solusi yang diberikan. Pada event HR Technology 2024, dari total 143 *participants*, hanya 10 *participants* yang datang ke booth Talentics, menghasilkan persentase kunjungan sebesar 6%. Angka ini mencerminkan kurang optimalnya strategi pemasaran dan *engagement* yang diterapkan saat itu.

Namun, setelah solusi seperti melakukan interaksi di luar booth, memberikan trial produk, dan memanfaatkan media sosial melalui QRcode untuk *engagement* sosial media diimplementasikan, hasil yang dicapai pada event HR Expo 2024 menunjukkan kemajuan. Dari total 600 *participants*, sebanyak 75 *participants* mengunjungi booth Talentics, menghasilkan persentase kunjungan sebesar 12,5%, ini menunjukkan peningkatan dua kali lipat dalam kemampuan menarik perhatian pengunjung dibandingkan *event* sebelumnya.

Peningkatan ini mengindikasikan bahwa implementasi solusi strategis yang lebih proaktif mampu meningkatkan efektivitas booth dalam menarik pengunjung. Pendekatan baru yang lebih interaktif dan berorientasi pada *engagement*, seperti memberikan pengalaman langsung melalui trial produk dan membangun koneksi melalui media sosial, terbukti mampu memperkuat



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

*brand awareness* dan meningkatkan partisipasi pengunjung di booth Talentics.

Teknologi juga berperan penting dalam strategi ini, melalui pembuatan QRcode yang mengarah ke akun Instagram dan LinkedIn Talentics. QRcode ini memungkinkan pengunjung untuk terhubung langsung dengan media sosial Talentics, yang sangat penting dalam meningkatkan jangkauan audiens. Dengan menggunakan teknologi ini, Talentics dapat memanfaatkan event sebagai platform promosi digital yang efektif.



**Gambar 3.22 Followers Instagram Sebelum Event HR Expo 2024**



**Gambar 3.23 Followers Instagram sesudah event HR Expo 2024**

Berdasarkan gambar 3.22 dan 3.23 hasil dari strategi ini terlihat dari peningkatan jumlah followers Instagram Talentics dari 4,189 menjadi 4,226. Meskipun terlihat kecil, peningkatan ini menunjukkan bahwa strategi menggunakan QRcode untuk mengarahkan pengunjung ke media sosial



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

berhasil. Peningkatan ini mencerminkan keberhasilan dalam memanfaatkan HR Expo 2024 sebagai ajang promosi digital yang tidak hanya menarik pengunjung secara langsung, tetapi juga membangun peluang *engagement* di sosial media.



**Gambar 3.24 Dokumentasi Booth Talents Saat Event HR Expo 2024**

Gambar 3.24 menunjukkan dokumentasi booth Talents saat HR Expo 2024 yang cukup ramai. Evaluasi pasca-event menunjukkan bahwa pendekatan yang diambil selama HR Expo 2024 memberikan wawasan penting tentang preferensi dan perilaku *participants*. Mengumpulkan umpan balik dari peserta dan tim booth akan membantu Talents lebih memahami strategi yang berhasil dan area yang perlu diperbaiki. Evaluasi yang sistematis merupakan bagian penting dari proses perbaikan berkelanjutan dalam strategi pemasaran (Aaker, 2020).



## BAB IV PENUTUP

### 4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pelaksanaan magang penulis pada divisi marketing yang memiliki peran strategis dalam meningkatkan *brand awareness* perusahaan melalui berbagai inisiatif pemasaran digital dan *offline*. Pemasaran yang efektif menjadi faktor penting dalam membangun *brand awareness*. Namun, ditemukan beberapa tantangan dalam pelaksanaan pemasaran, seperti pada acara *exhibition* yang diikuti oleh Talentics. Salah satunya adalah kendala terkait jumlah kunjungan ke booth Talentics yang masih relatif sedikit selama event berlangsung, yang menunjukkan bahwa strategi menarik perhatian audiens perlu diperbaiki. Identifikasi dan penanganan masalah ini menjadi fokus utama dalam mengeksplorasi peran marketing dalam meningkatkan *brand awareness* perusahaan.

Melalui penerapan strategi inovatif seperti interaksi di luar booth, pemberian trial produk, dan penggunaan QRcode untuk media sosial, Talentics berhasil meningkatkan partisipasi peserta dan meningkatkan peluang *engagement* sosial media di event HR Expo 2024. Secara keseluruhan, pendekatan proaktif ini berhasil meningkatkan *brand awareness* dengan signifikan. Pengalaman ini memberikan pelajaran berharga tentang pentingnya adaptasi dan inovasi dalam strategi pemasaran.

### 4.2 Saran

Berdasarkan analisis dan pengamatan yang penulis lakukan selama magang di Talentics PT Semesta Integrasi Digital, berikut adalah beberapa saran yang dapat diberikan kepada perusahaan :

1. Untuk meningkatkan *engagement rate*, pemasangan *Call-to-Action* (CTA) yang menarik dan jelas pada setiap *caption* postingan sangat penting untuk mendorong audiens berinteraksi dengan konten. Talentics perlu memastikan setiap postingan di Instagram dan LinkedIn menyertakan CTA yang mengundang audiens untuk melakukan tindakan, seperti “Tulis pendapatmu di



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

kolom komentar,” “Bagikan postingan ini,” atau “Klik link di bio untuk informasi lebih lanjut.” Hal ini dapat meningkatkan tingkat partisipasi dan interaksi pada konten yang diposting.

2. Peningkatan konsistensi dalam posting. Algoritma media sosial cenderung menampilkan konten yang mendapatkan interaksi lebih cepat. Oleh karena itu, Talents perlu memposting konten secara konsisten dan pada waktu yang tepat. Penggunaan data analitik di platform seperti Instagram dan LinkedIn membantu tim marketing menjadwalkan posting secara strategis, meningkatkan visibilitas, dan mendorong *engagement* lebih tinggi.
3. Memanfaatkan fitur Reels di Instagram dapat membantu Talents menjangkau lebih banyak audiens, karena algoritma Instagram memberi prioritas pada konten Reels. Dengan mengunggah konten kreatif dan relevan secara konsisten, Talents dapat meningkatkan visibilitas merek, menarik perhatian audiens yang lebih luas, dan memperkuat *brand awareness*.
4. Melakukan evaluasi rutin unggahan media sosial dengan memanfaatkan data analitik untuk mengukur *engagement*, evaluasi harus dilakukan secara berkala, misalnya mingguan atau bulanan, untuk memastikan bahwa strategi yang dijalankan sesuai dengan tujuan perusahaan. Evaluasi setelah event juga perlu dilakukan, proses ini mencakup pengumpulan *feedback* dari peserta, mitra, dan tim internal untuk menilai keberhasilan pelaksanaan event serta kontribusinya terhadap peningkatan *brand awareness*. Tim marketing juga perlu memeriksa data interaksi selama event, seperti jumlah peserta yang hadir, *engagement* di media sosial terkait event, dan keberhasilan dalam menarik perhatian target audiens. Hasil evaluasi baik dari postingan media sosial maupun event harus didokumentasikan secara terstruktur sebagai bahan referensi untuk kegiatan berikutnya. Hal ini akan membantu tim marketing mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari setiap strategi pemasaran yang dijalankan. Dengan demikian, perbaikan dan pengembangan dapat dilakukan secara terencana untuk mencapai hasil yang lebih optimal.



**Hak Cipta :**  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta  
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, S. S., & Iswadi. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada PT Tunas Jaya. *Technomedia Journal*, 8(3), 1–13. <https://doi.org/10.33050/tmj.v8i3.2087>
- Anggia, T., Guswandi, G., & Anggrahita, H. (2022). Place Attachment Teras Cihampelas sebagai Ruang Publik bagi Masyarakat Kota Bandung. *Media Komunikasi Geografi*, 23(1), 111–128. <https://doi.org/10.23887/mkg.v23i1.45950>
- Hanafi, A. N., Rochmad, H., & Hendrawan, F. (2024). Merchandise Djampie Oesodo Sebagai Brand Awareness konsumen. In *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia (JESKOVISA)* 8(1).
- Kaski, Niemi, & Pullins. (2018). Rapport building in authentic B2B sales interaction. *Industrial Marketing Management*, 235–252. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0019850117302183>
- Ketut, I., & Wardana. (2024). Social Media Marketing Terhadap Purchase Intention (Studi Pada Toko Thrift 7Club Treasure di Kota Denpasar). In *IJESPG Journal* 2(3).
- Meliani, Septianah, Septiani, & Kurniasari. (2024). Strategi Public Relations Dalam Mempertahankan Brand Awareness Produk “Broodis” Di Social Media Instagram. *JURNAL PUBLIC RELATIONS-JPR*, 32–32.
- Moonik, N., Gilbert Pomantow, W., & i. (2023). Pentingnya Promosi dalam Meningkatkan Penjualan pada Usaha Acha Olshop. *Jurnal MAPB* 2(5).
- Panguriseng, A. A., & Nur, I. (2022). Analisis Strategi Promosi dan Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. In *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir* (Vol. 1).



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Rabbani dan Dharmawan. (2021). Event Sebagai Komunikasi Pemasaran Untuk Mempromosikan Merek. *Jurnal Commercium* 2(4).

Saputra, A. W. (2018). Pengaruh Iklan Traveloka di Televisi Terhadap Minat Beli Tiket Pesawat Komunitas Samarinda Backpacker. In *eJournal Pemerintahan Integratif* 6(3).

Siregar, A. I. (2024). Digital Marketing Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis di Era Digital: Kajian Konseptual. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 24(3).

Sutanto, Eko Budiwaspada, & Rudiyanto. (2020). Merchandise Sebagai Pendukung Visual Branding untuk Kekayaan Intelektual Lokal. In *Ganal Rudiyanto Jurnal Seni & Reka Rancang* 2(2). <https://e-journal.trisakti.ac.id/index.php/jsrr/article/download/8236/5938>

Vera Maria, Nabylla Zahra, & Safina Prabowo. (2024). Digital Marketing Strategy in the Industry 5.0 Era. *Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 2(4), 117–127. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v2i4.1005>

Yulianti Arischa, L., Hindah Pudjihastuti, (2023). Penerapan Digital Marketing dan Offline Marketing Guna Meningkatkan Penjualan Di Era New Normal pada PT. Musawa Jaya Perkasa. *Jurnal Ilmiah Sultan Agung*