



IMPLEMENTASI STRATEGI KONTEN DIGITAL MELALUI GRAPHIC DESIGN, VIDEO MARKETING, DAN ARTIKEL SEO DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS DI PERUSAHAAN PT MITRA TEKNINDO SEJATI DAN PUBLISH JURNAL OFFICIAL

Fajar Muhammad Dzulqarnain

Universitas Nusa Putra, Email : fajar.muhammad_mn22@nusaputra.ac.id

*email koresponden: fajar.muhammad_mn22@nusaputra.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.62567/jpi.v2i2.2495>

Abstract

This internship program aims to analyze and implement digital marketing strategies through content creation, graphic design, video marketing, and SEO-optimized article writing to enhance brand awareness at PT Mitra Teknindo Sejati and the Publishjurnalofficial agency. The internship took place over three months at PT Mitra Teknindo Sejati and continued in a hybrid format at Publishjurnalofficial in the role of Digital Marketing Intern. The internship involved direct participation in creating social media content, graphic design for branding needs, producing promotional and office life videos, and writing SEO articles based on keyword research using digital marketing tools. Additionally, the author also participated in supporting operational activities such as evaluation meetings, warehouse visits, and industry exhibition events. The results of the internship demonstrated that the implementation of digital marketing strategies based on creative content and SEO optimization was able to have a positive impact on increasing the company's brand awareness. This is evidenced by the creation of more than 30 pieces of digital content at PT Mitra Teknindo Sejati and more than 140 design pieces on Publishjurnalofficial, an increase in social media followers, as well as the publication of SEO articles that successfully made it to the first page of Google's Search Engine Results Page (SERP) and Google AI Summary. In addition to making a tangible contribution to the company, this internship also enhances the writer's hard and soft skills in the field of digital marketing. As such, this internship program serves as an effective means of integrating management theory with real-world work practices in the industry.

Keywords: *Digital Marketing, Content Creation, Graphic Design, SEO Writing, Brand Awareness, Internship.*

Abstrak

Program internship ini bertujuan untuk menganalisis dan mengimplementasikan strategi digital marketing melalui content creation, graphic design, video marketing, dan penulisan artikel berbasis Search Engine Optimization (SEO) dalam meningkatkan brand awareness di PT Mitra Teknindo Sejati dan Agency Publishjurnalofficial. Kegiatan internship dilaksanakan selama tiga bulan di PT Mitra Teknindo Sejati dan dilanjutkan secara hybrid di Publishjurnalofficial dengan posisi sebagai Digital Marketing Intern. Metode pelaksanaan internship dilakukan melalui keterlibatan langsung dalam pembuatan konten media sosial, desain grafis untuk kebutuhan branding, produksi video promosi dan office life, serta penulisan artikel SEO berdasarkan riset kata kunci menggunakan tools digital



marketing. Selain itu, penulis juga berpartisipasi dalam kegiatan operasional pendukung seperti meeting evaluasi, kunjungan warehouse, serta event pameran industri. Hasil dari kegiatan internship menunjukkan bahwa penerapan strategi digital marketing berbasis konten kreatif dan optimasi SEO mampu memberikan dampak positif terhadap peningkatan brand awareness perusahaan. Hal ini dibuktikan melalui terciptanya lebih dari 30 konten digital di PT Mitra Teknindo Sejati dan lebih dari 140 konten desain di Publishjurnalofficial, peningkatan followers media sosial, serta publikasi artikel SEO yang berhasil masuk halaman pertama Google Search Engine Results Page (SERP) dan Ringkasan AI Google. Selain memberikan kontribusi nyata bagi perusahaan, internship ini juga meningkatkan kompetensi hard skill dan soft skill penulis di bidang digital marketing. Dengan demikian, program internship ini menjadi sarana efektif dalam mengintegrasikan teori manajemen dengan praktik kerja nyata di dunia industri.

Kata Kunci: Digital Marketing, Content Creation, Graphic Design, SEO Writing, Brand Awareness, Internship.

1. PENDAHULUAN

Program magang merupakan salah satu bentuk implementasi pembelajaran praktis yang dirancang untuk menjembatani kesenjangan antara teori yang diperoleh di bangku perkuliahan dengan praktik nyata di dunia kerja. Melalui magang, mahasiswa tidak hanya dituntut untuk memahami konsep manajerial secara teoritis, tetapi juga ditantang untuk mengaplikasikan pengetahuan tersebut dalam konteks perusahaan yang sesungguhnya. Dengan demikian, magang menjadi wadah penting dalam pembentukan kompetensi, keterampilan, serta pengalaman kerja yang relevan dengan kebutuhan industri.

Seiring perkembangan teknologi, dunia bisnis semakin berorientasi pada digitalisasi. Salah satu bidang yang mengalami pertumbuhan pesat adalah *digital marketing*, yang kini menjadi strategi utama perusahaan dalam membangun *brand awareness*, meningkatkan *engagement*, serta memperluas jangkauan pasar. Hal ini tidak terkecuali bagi perusahaan di sektor alat berat dan sektor publisher jurnal, termasuk **PT Mitra Teknindo Sejati**, yang berfokus pada distribusi dan penyediaan alat berat untuk kebutuhan industri. Sebagai perusahaan yang bergerak pada sektor bisnis B2B (*business to business*), PT Mitra Teknindo Sejati menyadari bahwa penerapan strategi *digital marketing* yang efektif merupakan kebutuhan mendesak untuk memperkuat citra perusahaan sekaligus memenangkan persaingan.

Adapun *Agency Publisher Jurnal Publishjurnalofficial* merupakan perusahaan yang berfokus pada jasa pendampingan publikasi jurnal ilmiah, khususnya bagi mahasiswa dan akademisi. Perusahaan ini bergerak dalam bidang layanan akademik dan publikasi ilmiah, meliputi pengeditan naskah, penyesuaian template jurnal, serta pendampingan proses submit hingga penerbitan jurnal melalui sistem Open Journal System (OJS).

Sebagai perusahaan yang beroperasi pada sektor business to business (B2B), Publishjurnalofficial menjalin kerja sama langsung dengan klien institusional maupun individual, seperti mahasiswa, dosen, dan peneliti, dalam mendukung kebutuhan publikasi ilmiah sesuai standar dan ketentuan jurnal nasional terakreditasi.

Dalam konteks ini, peran *Content Creation*, *Graphic Design*, dan *SEO Writer* menjadi krusial. *Content creation* berfungsi sebagai sarana komunikasi digital yang mampu menyampaikan nilai perusahaan secara kreatif melalui media sosial maupun platform digital lainnya. *Graphic design* mendukung visualisasi pesan yang ingin ditampilkan, sehingga meningkatkan daya tarik dan konsistensi identitas merek. Sementara itu, *SEO writing* menjadi strategi untuk mengoptimalkan artikel dan konten perusahaan agar mampu bersaing di mesin pencari, sehingga dapat menarik traffic organik dan memperluas eksposur perusahaan secara digital.

Pada era industri 4.0 dan meningkatnya penetrasi internet, digital marketing telah menjadi elemen penting dalam strategi pemasaran perusahaan di sektor alat berat. Berdasarkan penelitian “Analisis Strategi dan Taktik Komunikasi Media Digital pada Industri Permesinan Alat Berat Global”, ditemukan



bahwa penggunaan media digital memungkinkan perusahaan alat berat menerapkan komunikasi yang lebih interaktif, edukatif, serta informatif terhadap pelanggan dan calon pelanggan (Bernado, 2025).

Content creation di sini berperan sebagai sarana untuk menyampaikan informasi teknis, fitur produk, keunggulan kompetitif, dan juga testimonial melalui konten visual dan teks. Dengan konten yang tepat, perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan (trust) dan persepsi profesionalitas, yang dalam bisnis *B2B* sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Visual yang menarik melalui *graphic design* mendukung penyampaian pesan tersebut, membuat informasi teknis yang kompleks jadi mudah dipahami dan lebih menarik perhatian audiens industri.

Lebih lanjut, aspek *SEO Writing* (penulisan artikel dengan optimasi mesin pencari) memiliki dampak langsung terhadap visibilitas perusahaan di ranah online. Sebagai contoh, penelitian tentang “Pengaruh Konten Berkualitas, *Search Engine Optimization (SEO)* dan Media Sosial terhadap Keberhasilan Kampanye Digital Marketing pada UMKM di Kabupaten Sumenep” menunjukkan bahwa *SEO* yang digabungkan dengan konten berkualitas secara signifikan memperkuat hasil kampanye digital marketing meningkatkan jumlah kunjungan *organik* dan *engagement* (Zakki et al., 2024).

Bagi perusahaan alat berat, ini berarti peluang lebih besar untuk tampil di halaman pertama hasil pencarian terkait spesifikasi teknis alat berat, harga, dan keunggulan produk. Akibatnya, prospek klien (baik industri maupun pengguna akhir) lebih mudah menemukan perusahaan, sehingga mendorong lead generation dan potensi penjualan. Kombinasi antara *content creation*, desain grafis yang kuat, dan optimasi *SEO* membuat strategi digital marketing bukan hanya sebagai alat promosi, melainkan sebagai fondasi untuk membangun brand authority yang kuat.

2. METODE PENGABDIAN

Pelaksanaan Internship ini dilaksanakan selama 3 bulan yaitu pada bulan 25 Juni – 26 September 2025 di kantor PT Mitra Teknindo Sejati yang berlokasi di Komplek Galeri Niaga Mediterania, Pantai Indah No.1 Blok. X3 No. G8A-8B, Kapuk, Kecamatan Penjaringan, Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14460.

Adapun di perusahaan kedua dilaksanakan dari tanggal 1 November 2025 Hingga saat ini di kantor Jl. Tebet Barat IX No.33, RT.4/RW.4, Tebet Barat, Kecamatan Tebet, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12810.

Profil Perusahaan

Perusahaan Pertama (Pt Mitra Teknindo Sejati)



Gambar 1. Tampilan Website Perusahaan

PT Mitra Teknindo Sejati (MTS) adalah perusahaan yang bergerak sebagai **authorized dealer dan distributor alat berat** di Indonesia. Perusahaan ini menjual berbagai jenis alat berat seperti excavator, wheel loader, forklift, dump truck, drilling rig, vibro hammer, concrete mixer dan lain sebagainya. Selain memasarkan peralatan alat berat, MTS juga menyediakan layanan **after-sales service**, suku cadang (spare part), dan dukungan teknis untuk para pengguna alat berat.

Selain sebagai distributor alat berat, PT Mitra Teknindo Sejati juga dipercaya memasarkan berbagai merek dagang internasional yang telah dikenal di industri konstruksi dan pertambangan.



Beberapa merek yang dihadirkan antara lain **LONKING** (produsen excavator dan wheel loader dengan teknologi modern), **SONKING** (alat berat untuk konstruksi), **ZHONGTONG** (bus dan kendaraan niaga), **HOWO** (dump truck dengan daya angkut besar), **TYSIM** (peralatan fondasi dan hydraulic pile breaker), **ZHENZHONG** (mesin konstruksi), serta **CHL** (forklift dan peralatan material handling). Kehadiran berbagai merek tersebut menunjukkan bahwa PT Mitra Teknindo Sejati tidak hanya berperan sebagai penjual alat berat, tetapi juga sebagai penyedia solusi komprehensif yang mampu memenuhi beragam kebutuhan pelanggan di sektor konstruksi, infrastruktur, logistik, dan pertambangan di Indonesia.



Gambar 2. Kantor Pusat PT Mitra Teknindo Sejati

Alamat Kantor pusat : PT Mitra Teknindo Sejati berada di **Jakarta Utara**, lebih spesifik di Galeri Niaga Mediterania 1, Jl. Pantai Indah Utara II Blok X3 No. G8A-8B, Pantai Indah Kapuk.



Gambar 3. Gudang Warehouse

Alamat gudang (warehouse) : Berada di Tangerang, Bertepatan di Kawasan Industri Milenium Blok P2 No. 3 Jl. Pemda Tigaraksa, Sukamulya, Cikupa, Tangerang, Banten.

Serta cabang operasional di beberapa kota di Indonesia seperti Surabaya, Samarinda, dan Makassar untuk mendekatkan layanan kepada klien di daerah.

Visi Perusahaan : Menjadi perusahaan penyedia alat berat yang berstandar Internasional dengan mengutamakan kualitas produk dan layanan purna jual serta dapat berkontribusi bagi kemajuan pembangunan ekonomi dan Infrastruktur Indonesia.

Misi perusahaan : Menjadi mitra usaha yang bisa diandalkan dalam pengadaan alat dan dapat menyelesaikan segala permasalahan customer di alat berat, Menciptakan Sumber daya manusia yang Profesional dan handal di bidangnya masing-masing agar perusahaan terus bertumbuh dan dapat memberikan layanan terbaik bagi semua mitra usaha, Menjunjung tinggi kejujuran dan perilaku, meningkatkan etos kerja dan lingkungan kerja yang baik Demi tercapainya kenya-manan, kemajuan dan kesejahteraan share holder.



Logo Perusahaan PT Mitra Teknindo Sejati



MITRA TEKNINDO SEJATI

Gambar 4. Tampilan Logo Perusahaan

Kegiatan Internship di PT Mitra Teknindo Sejati

Waktu pelaksanaan kegiatan *internship* dimulai pukul 08.30 s/d 17.30 WIB, dengan waktu istirahat pada pukul 12.00 s/d 13.00 WIB. . Hari kerja di Kantor Perusahaan yaitu setiap hari Senin s/d Jum'at, libur pada hari Sabtu, Minggu, dan juga pada tanggal merah.

Adapun kegiatan selama internship yang dilaksanakan oleh penulis adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Kegiatan Internship di PT Mitra Teknindo Sejati

No	Nama Kegiatan	Keterangan
1	Pembuatan konten vidio	Membuat konten vidio untuk Rheels Instagram dan Tiktok meliputi Briefing, Pembuatan Script, Take Konten, hingga ke editing vidio dengan tujuan konten untuk Promosi diskon alat berat dan juga Konten Office Life untuk menaikkan Engangement perusahaan.
2	Pembuatan Desain Grafis	Membuat Desain Poster hari nasional dan juga pembuatan desain Unit Alat Berat untuk tujuan Branding Perusahaan
3	Pembuatan artikel berbasis <i>SEO</i>	Membuat Artikel berbasis <i>SEO (Search Engine Optimization)</i> meliputi pencarian keyword di website Semrush dan <i>FAQ</i> yang teredia pada lama google untuk dikumpulkan lalu dibuatkan script artikel sesuai dengan keyword research. Selain itu penulis juga mengerjakan Desain Cover artikel untuk pemenuhan Visual konten. Dan pada akhirnya penulis berhasil menulis artikel hingga masuk ke <i>SERP</i> dengan <i>traffic Organic</i> .
4	Kunjungan ke were House	Berkunjung ke were House Tangerang pada waktu tertentu untuk pengambilan konten langsung didepan Unit alat berat.
5	Meeting	Kegiatan Meeting dilakukan seminggu sekali untuk mempresentasikan hasil semua pembuatan konten video, desain, artikel hingga Evaluasi & diskusi bersama tim digital marketing.



6	Kunjungan ke Exhibition Mining Expo 2025	Membantu menjadi Sales SPG pada event Mining Expo 2025 yang digelar dikawasan Gambir Expo serta pengambilan beberapa konten untuk tujuan branding perusahaan di media sosial
---	--	--

Perusahaan Kedua (Publish Jurnal Official)



Gambar 5. Media Social Agency Publisher

Publishjurnalofficial merupakan sebuah entitas usaha yang bergerak di bidang pendampingan publikasi ilmiah. Pada awal pendiriannya, akun ini dibuat pada tahun 2019 dan difungsikan sebagai akun hiburan berupa konten meme. Seiring dengan meningkatnya jumlah pengikut dan interaksi pengguna, konsep konten kemudian mengalami beberapa perubahan.

Pada tahap selanjutnya, akun tersebut sempat dialihkan menjadi akun bertema konten futsal, namun karena kurangnya konsistensi pengelolaan, arah konten kembali berubah menjadi akun bertema dunia Islam yang bertujuan memberikan pembelajaran dan pengetahuan keislaman. Pada fase ini, strategi awal pengembangan akun dilakukan dengan pembelian pengikut (followers), yang kemudian mendorong peningkatan jangkauan dan keterlibatan pengguna secara signifikan pada periode 2021 hingga 2025.

Namun, dalam perjalanannya, akun dengan tema keislaman tersebut kerap mengalami kendala teknis berupa *shadow banned* dari Instagram, sehingga berdampak pada penurunan performa akun. Akibat kondisi tersebut, akun sempat dinonaktifkan selama kurang lebih dua bulan.

Pada bulan November 2025, akun kemudian direposisi dan diubah menjadi *Publishjurnalofficial* dengan fokus utama sebagai platform pendamping publikasi jurnal ilmiah. Transformasi ini dilakukan sebagai bentuk pengembangan bisnis yang lebih berkelanjutan dan relevan dengan kebutuhan akademik, khususnya bagi mahasiswa dan akademisi. Hingga saat ini, Publishjurnalofficial telah berhasil menjangkau dan melayani banyak klien melalui platform Instagram dan TikTok dengan followers lebih dari 146k.

Alamat Kantor: Jl. Tebet Barat IX No.33, RT.4/RW.4, Tebet Barat, Kecamatan Tebet, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12810.

Visi: Menjadi agency pendamping publikasi jurnal ilmiah yang profesional, terpercaya, dan berkontribusi dalam meningkatkan kualitas publikasi akademik di Indonesia.

Misi: Memberikan layanan pendampingan publikasi jurnal yang efektif, transparan, dan sesuai standar akademik, Membantu mahasiswa dan akademisi dalam meningkatkan kualitas naskah ilmiah hingga siap terbit, Mendukung peningkatan budaya riset dan publikasi ilmiah secara berkelanjutan.



Logo Agency Publisher Publish Jurnal Official



Gambar 6. Tampilan Logo Agency Publisher

Kegiatan Internship di Publish Jurnal Official

Waktu pelaksanaan kegiatan *internship* dimulai pukul 09:00 s/d 15:00 WIB, dengan waktu istirahat pada pukul 12.00 s/d 13.00 WIB. Hari kerja secara Hybrid yaitu seminggu sekali absen panggilan ke kantor

Adapun kegiatan selama internship yang dilaksanakan oleh penulis adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Kegiatan Internship di Publish Jurnal Official

No	Nama Kegiatan	Keterangan
1	Pembuatan Desain Grafis	Membuat Desain Poster Publisher dengan niche konten tips & trick menulis artikel di Sinta, soft selling, dunia kampus, dunia dosen, Hard Selling. Dengan target sehari 3 postingan + Insta Story
2	Membantu Team Teknis	Merevisi artikel ilmiah milik mahasiswa dengan menyesuaikan dengan template yang sudah ada
3	Publish Konten	Menjadwalkan konten di Instagram dan juga Tiktok dengan jadwal publish jam 2 siang dan 3 sore

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Bidang Keilmuan dalam Internship

Pelaksanaan magang di PT Mitra Teknindo Sejati dan di Agency Publish Jurnal Official memberikan kesempatan bagi penulis untuk menghubungkan teori yang dipelajari di bangku perkuliahan dengan praktik nyata di lapangan. Sebagai mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Nusa Putra, penulis memperoleh dasar-dasar keilmuan melalui berbagai mata kuliah, seperti Manajemen Pemasaran, Perilaku Konsumen, Manajemen Operasi, Komunikasi Bisnis, serta E-Business dan Digital Marketing. Seluruh mata kuliah tersebut menjadi fondasi teoretis yang mendukung pelaksanaan tugas sebagai Digital Marketing Intern dengan ruang lingkup pekerjaan meliputi *content creation*, *graphic design*, dan *SEO writing*.

Adapun analisis bidang keilmuan Manajemen yang relevan dengan pengalaman selama internship adalah sebagai berikut:

a. Manajemen Pemasaran

Teori: Manajemen pemasaran membahas strategi untuk menciptakan nilai, mengkomunikasikan, dan menyampaikan produk atau jasa kepada pelanggan dengan tujuan membangun *brand awareness* dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Praktik: Saat membuat konten promosi diskon alat berat, promosi diskon publisher dan konten *office life* di Instagram dan TikTok, penulis menerapkan konsep bauran pemasaran (promotion) untuk meningkatkan interaksi audiens. Strategi ini sejalan dengan teori pemasaran digital, yaitu memanfaatkan media sosial sebagai kanal utama untuk memperkuat citra merek dan memperluas jangkauan pasar.

b. Perilaku Konsumen

Teori: Teori perilaku konsumen menjelaskan bagaimana individu atau organisasi membuat keputusan pembelian berdasarkan kebutuhan, preferensi, serta faktor psikologis dan sosial.



Praktik: Pembuatan desain grafis seperti poster hari nasional dan visualisasi unit alat berat disusun dengan mempertimbangkan audiens perusahaan, yaitu pelanggan B2B. Konsumen B2B lebih menekankan pada rasionalitas, kualitas, dan keandalan produk. Visual yang jelas dan profesional membantu menyampaikan pesan teknis dengan lebih mudah dipahami, sehingga mendukung keputusan pembelian konsumen.

c. E-Business dan Digital Marketing

Teori: Mata kuliah ini menekankan pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi bisnis, termasuk melalui optimasi mesin pencari (*SEO*), pemanfaatan media sosial, dan strategi konten.

Praktik: Penulis melaksanakan riset kata kunci menggunakan **Semrush** dan **FAQ Google** untuk menemukan topik relevan, lalu menulis artikel *SEO* di website perusahaan. Dengan cara ini, perusahaan dapat muncul di halaman pertama hasil pencarian Google, meningkatkan *traffic organik*, dan memperluas eksposur brand. Praktik ini sesuai dengan teori bahwa *SEO* adalah alat strategis dalam digital marketing modern.

d. Manajemen Operasi

Teori: Manajemen operasi berfokus pada perencanaan, pengendalian, dan pengawasan proses produksi atau layanan agar efisien dan efektif.

Praktik: Kegiatan rutin seperti meeting mingguan merupakan implementasi koordinasi operasi tim, di mana setiap anggota melaporkan hasil kerja dan menerima evaluasi untuk perbaikan. Selain itu, kunjungan ke **warehouse Tangerang** menunjukkan pentingnya proses operasional dalam mendukung pemasaran digital, misalnya dengan pengambilan konten langsung di depan unit alat berat agar lebih autentik dan kredibel.

e. Manajemen Bisnis

Teori: Manajemen bisnis mencakup perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian sumber daya perusahaan untuk mencapai tujuan jangka pendek maupun jangka panjang. Teori ini menekankan pada kemampuan adaptasi, pengambilan keputusan, serta pemanfaatan peluang bisnis dalam lingkungan kompetitif.

Praktik: Selama magang, penulis ikut terlibat dalam strategi branding digital perusahaan melalui kegiatan konten media sosial, desain grafis, hingga partisipasi dalam **Mining Expo 2025**. Kegiatan ini menunjukkan bahwa digital marketing bukan hanya aktivitas promosi, tetapi bagian dari manajemen bisnis perusahaan untuk memperluas pasar, membangun reputasi, dan menciptakan peluang penjualan baru. Dengan demikian, praktik yang dijalani penulis mendukung teori bahwa manajemen bisnis harus mampu mengintegrasikan aspek pemasaran digital dengan strategi pertumbuhan perusahaan.

Capaian Hasil/Impack Untuk Perusahaan Selama Kegiatan Internship

Selama mengikuti program internship di PT Mitra Teknindo Sejati dan Agency Publish Jurnal Official, penulis berhasil mencapai sejumlah hasil yang relevan dengan ruang lingkup pekerjaan sebagai Digital Marketing Intern, khususnya dalam bidang *content creation*, *graphic design*, dan *SEO writing*. Capaian tersebut tidak hanya memberikan kontribusi nyata bagi perusahaan, tetapi juga menjadi pengalaman empiris yang memperkuat kompetensi penulis di bidang digital marketing.

1. Pembuatan dan Publikasi Konten Digital

Penulis telah membuat dan mempublikasikan lebih dari 30 konten digital untuk platform TikTok dan Instagram di PT Mitra Teknindo Sejati dan lebih dari 140 Design di Publish Jurnal Official. Proses ini mencakup penyusunan script, pengambilan video, video editing, desain grafis, hingga berperan sebagai talent konten. Capaian ini berkontribusi signifikan terhadap peningkatan engagement di media sosial perusahaan serta memperkuat citra digital (digital branding) PT Mitra Teknindo Sejati sebagai distributor alat berat yang modern dan adaptif terhadap perkembangan teknologi pemasaran. Dan Agency Publish Jurnal Official sebagai Agency Pendamping Publish Artikel Ilmiah.

2. Peningkatan Followers Media Sosial

Melalui kolaborasi dengan tim digital marketing, penulis turut berperan dalam pengembangan caption dan script berbasis *SEO* yang mendukung daya tarik konten. Upaya tersebut berhasil mendorong pertumbuhan pengikut (followers) di platform TikTok sebanyak 870+ selama periode magang. Pencapaian ini menunjukkan adanya peningkatan jangkauan audiens (reach) dan interaksi



(engagement), yang sekaligus memperlihatkan efektivitas strategi pemasaran digital berbasis konten kreatif. Adapun pencapaian peningkatan followers Instagram Agency Publish Jurnal Official terhitung semenjak dimulainya magang hingga sekarang mendapatkan capaian penambahan followers 146k+.

3. Penulisan Artikel *SEO*

Dalam aspek *SEO* writing, penulis telah menulis lebih dari 6 artikel berbasis *SEO*, yang dipublikasikan di website resmi PT Mitra Teknindo Sejati. Artikel tersebut ditulis berdasarkan hasil riset kata kunci menggunakan *Semrush* serta analisis *FAQ Google* untuk memastikan relevansi dengan kebutuhan pencarian pengguna. Beberapa artikel yang dipublikasikan terbukti mampu masuk ke halaman pertama *Google SERP*, bahkan beberapa di antaranya terpilih sebagai sumber utama dalam Ringkasan AI (*Google AI Overview/SGE*). Pencapaian ini memberikan nilai tambah yang besar bagi perusahaan, karena meningkatkan traffic organik website sekaligus memperkuat otoritas digital perusahaan di mesin pencari.

Secara keseluruhan, capaian hasil selama internship membuktikan bahwa penerapan strategi digital marketing yang melibatkan konten kreatif, desain grafis, dan optimasi *SEO* mampu memberikan dampak nyata bagi branding dan eksposur perusahaan di ranah digital. Bagi penulis sendiri, capaian ini menjadi bukti konkret bahwa kompetensi yang diperoleh di bangku kuliah dapat diimplementasikan secara efektif dalam dunia kerja, sekaligus memperkaya keterampilan profesional di bidang digital marketing.

Dengan adanya capaian tersebut, dapat disimpulkan bahwa program internship ini tidak hanya memberikan manfaat langsung bagi perusahaan dalam bentuk peningkatan eksposur digital, namun juga memberikan pengalaman berharga bagi penulis untuk mengasah keterampilan praktis. Proses pembuatan konten, pengelolaan desain grafis, hingga penulisan artikel *SEO* telah memperkuat pemahaman penulis mengenai strategi digital marketing yang terintegrasi. Hal ini membuktikan bahwa magang mampu menjadi jembatan efektif antara teori manajemen yang diperoleh di bangku kuliah dengan praktik nyata di industri, sehingga menghasilkan kontribusi yang saling menguntungkan baik bagi perusahaan maupun penulis sebagai calon tenaga profesional.

Capaian Hard Skill dan Soft Skill

Selama melaksanakan internship sebagai **Digital Marketing Intern**, penulis memperoleh berbagai keterampilan yang dapat dikategorikan ke dalam **hard skill** (keterampilan teknis) dan **soft skill** (keterampilan non-teknis). Kedua aspek ini berkembang seiring keterlibatan penulis dalam pembuatan konten, desain grafis, serta penulisan artikel *SEO* yang terintegrasi dengan strategi digital marketing perusahaan.

Capaian Hard Skill

1. Content Creation

Penulis mampu menghasilkan lebih dari 30 konten digital untuk TikTok dan Instagram, mencakup tahap *briefing*, *scripting*, *shooting*, *editing*, hingga publikasi. Hal ini menunjukkan penguasaan keterampilan teknis dalam pembuatan konten kreatif yang sesuai dengan strategi pemasaran digital.

2. Graphic Design

Melalui penggunaan aplikasi desain seperti Canva, penulis mampu membuat berbagai desain poster hari nasional dan visual unit alat berat untuk kebutuhan branding perusahaan. Keterampilan ini mengasah kepekaan visual sekaligus kemampuan menyampaikan pesan secara efektif melalui desain.

3. SEO Writing

Penulis menguasai dasar-dasar *keyword research* menggunakan *Semrush* dan *FAQ Google*, kemudian menerapkannya dalam pembuatan artikel *SEO*. Beberapa artikel terbukti berhasil masuk ke halaman pertama *Google SERP* sekaligus terpilih sebagai sumber utama dalam Ringkasan AI (*Google AI Overview/SGE*), menunjukkan keterampilan teknis yang berdampak langsung pada peningkatan traffic organik perusahaan.



4. Video Editing

Kemampuan dalam mengedit video menggunakan aplikasi seperti CapCut membuat penulis mampu menciptakan konten visual yang menarik dan interaktif, sehingga meningkatkan engagement di media sosial perusahaan.

Capaian Soft Skill

1. Kerja Sama Tim

Proses kolaborasi dalam pengembangan caption, script, dan konten berbasis *SEO* bersama tim menunjukkan kemampuan bekerja sama dalam lingkungan kerja yang dinamis.

2. Manajemen Waktu

Kewajiban menyelesaikan konten, desain, dan artikel sesuai tenggat waktu melatih penulis dalam mengelola waktu secara efektif dan efisien.

3. Adaptabilitas

Penulis beradaptasi dengan cepat terhadap lingkungan kerja, mulai dari kunjungan ke warehouse hingga keterlibatan dalam Mining Expo 2025. Kemampuan ini penting dalam menghadapi perubahan situasi kerja yang beragam.

4. Problem Solving

Tantangan teknis dalam proses pembuatan konten maupun kendala *SEO* mendorong penulis untuk mencari solusi kreatif. Kemampuan problem solving ini menjadi modal penting dalam menghadapi kompleksitas pekerjaan di bidang digital marketing.

4. KESIMPULAN

Pelaksanaan internship di PT Mitra Teknindo Sejati dan Agency Publish Jurnal Official memberikan pengalaman empiris yang berharga bagi penulis untuk menghubungkan teori manajemen yang diperoleh di bangku kuliah dengan praktik nyata di dunia kerja. Melalui keterlibatan dalam pembuatan konten digital, desain grafis, dan penulisan artikel berbasis *SEO*, penulis memperoleh pemahaman mendalam mengenai implementasi strategi digital marketing pada perusahaan alat berat. Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan pengetahuan teknis, tetapi juga memberikan kontribusi nyata bagi perusahaan dalam memperkuat citra digital, meningkatkan engagement media sosial, serta memperluas eksposur melalui optimasi mesin pencari.

Selain itu, capaian hasil yang diperoleh selama internship, seperti publikasi lebih dari 30 konten digital, peningkatan 870+ followers TikTok, serta enam artikel *SEO* yang berhasil masuk halaman pertama *Google SERP*, dan pencapaian di agency Publish Jurnal Official dengan publikasi lebih dari 140 konten dengan peningkatan 141k+ followers Instagram menunjukkan efektivitas strategi digital marketing yang dijalankan. Pengalaman ini juga mengasah hard skill penulis dalam bidang *content creation*, *graphic design*, dan *SEO writing*, sekaligus memperkuat soft skill seperti komunikasi, kerja sama tim, manajemen waktu, dan problem solving. Dengan demikian, internship ini membuktikan bahwa praktik digital marketing merupakan bagian integral dari strategi bisnis modern yang relevan bagi penguatan daya saing perusahaan.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Bernardo, H. R. (2025). Analisis strategi dan taktik komunikasi media digital pada industri permesinan pada lima pabrikan peralatan berat global. *KOMUNITAS: Jurnal Ilmu Komunika*, 11(1), 32–46. <https://jurnal.usahidsolo.ac.id/index.php/JKOM/article/view/1960/1359>
- Zakki, N., Abrar, U., & Anwar, S. (2024). Pengaruh Konten Berkualitas, Search Engine Optimization (SEO) dan Media Sosial Terhadap Keberhasilan Kampanye Digital Marketing Pada UMKM di Kabupaten Sumenep. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Organisasi*, 02(02), 69–78.