

**PENERAPAN *DIGITAL MARKETING* DI BEKANTAN  
CREATIVE**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**FARHAN AHMADDAFFA  
0000032934**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI STRATEGIS  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2022**

**PENERAPAN *DIGITAL MARKETING* DI BEKANTAN  
CREATIVE**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN MAGANG**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

**FARHAN AHMADDAFFA**  
**0000032934**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI STRATEGIS  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2022**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Farhan Ahmaddaffa

NIM : 00000032934

Program studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa saya telah melaksanakan praktik kerja magang pada

Nama Perusahaan : Bekantan Creative

Divisi : Digital

Alamat : Jl. D.I.Panjaitan No.kav 5-7, Jakarta Timur, 13340

Periode magang : 07 September 2021 - 17 Desember 2021

Pembimbing magang : Bernadus Yoseph Setyo Prabowo

Laporan praktik kerja magang merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam Penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 17 Desember 2021



Farhan Ahmaddaffa

## HALAMAN PENGESAHAN

### Laporan magang dengan judul Penerapan *Digital Marketing* di Bekantan Creative

Oleh:  
Nama : Farhan Ahmaddaffa  
NIM : 00000032934  
Program Studi : Komunikasi Strategis  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 12 Januari 2021  
Pukul 15:00 s/d 16:00 dan dinyatakan  
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut:

Ketua Sidang,



Ujang Rusdianto, S.I.Kom, M.Ikom.  
NIDN : 0328058801

Penguji,



Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si  
NIDN : 0308117706

Pembimbing I,



Ujang Rusdianto, S.I.Kom, M.IKom  
NIDN : 0328058801

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi,



Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si.  
NIDN : 0308117706

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Farhan Ahmaddaffa

NIM : 00000032934

Program Studi : Komunikasi Strategis

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya : Laporan Magang

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“LAPORAN MAGANG PENERAPAN *DIGITAL MARKETING* DI BEKANTAN  
CREATIVE “

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas *Royalty* Noneksklusif ini Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 17 November 2021

Yang menyatakan



Fahan Ahmaddaffa

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur telah dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selsainya penulisan laporan magang ini dengan judul: “**Penerapan *Digital Marketing* Di Bekantan Creative** dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Program Studi Ilmu Komunikasi Strategis Pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, M.A. Selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ir, Andrey Andoko, M. Sc. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi dan Dosen penguji.
3. Bapak Inco Hary Perdana, S.I.Kom. M.Si. Selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara
4. Bapak Ujang Rusdianto, S.I.Kom, M.IKom. Selaku dosen pembimbing yang telah mendampingi dan memberikan arahan yang sangat berguna kepada peserta magang selama praktik kerja magang hingga penulisan laporan praktik kerja magang ini.
5. Bapak Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si. Selaku dosen penguji
6. Bekantan Creative yang telah memberikan peserta magang kesempatan dalam melakukan praktik kerja magang.
7. Jose Prabowo selaku pembimbing dan supervisi peserta magang dalam melakukan praktik kerja magang yang selalu memberikan bimbingannya dalam melakukan kerja magang.
8. Kedua orang tua yang senantiasa turut membantu dalam memberikan semangat, dukungan, dan doa dalam menjalankan praktek kerja magang.
9. Rekan dan kerabat khususnya Mario Bonifacius Nuno, Andryan Chandana, Nella Febrianti, dan Fauziah Asmi Alhaqi yang telah memberikan dukungan seta motivasi untuk peserta magang dalam penyelesaian laporan kerja magang.

Tangerang, 15 Desember 2021



Farhan Ahmaddaffa

# PENERAPAN *DIGITAL MERKETING* DI BEKANTAN CREATIVE

Farhan Ahmaddaffa

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi saat ini membuat berbagai macam kegiatan masyarakat Indonesia mulai beralih menjadi digital. Pelaku bisnis di Indonesia mulai beradaptasi dengan melakukan penjualan secara daring melalui media sosial. Supaya perusahaan dapat jalan beriringan dengan digitalisasi dengan menggunakan jasa pengelola dan pembuat konten di media sosial untuk brand secara kreatif dan menarik. Dengan perkembangan yang cukup pesat dalam industri kreatif, Peserta magang berkesempatan untuk mengembangkan ilmu pemasaran, mendapatkan pengetahuan serta cara kerja untuk mengetahui penerapan digital marketing di Bekantan Creative. Bekantan Creative adalah salah satu yang mencoba berbagai strategi *Linkedin ads*, *direct marketing* dan *content writing* di dalam *digital marketing*. Selama melakukan kerja magang sebagai *digital marketer* di Bekantan Creative, proses kerja magang bertanggung jawab untuk membantu proses pembuatan konten media sosial dengan membuat perencanaan *campaign*, pengecekan kualitas konten. Dari beberapa strategi *digital marketing* dilaksanakan, ternyata terdapat dampak yang positif bagi perusahaan. Beberapa kendala tentu sering terjadi dalam proses pembuatan konten, oleh karena itu proses kerja magang memberikan solusi berupa evaluasi pengerjaan konten dan melakukan rapat mingguan dengan tim terkait untuk menghubungkan antar divisi. Kesimpulan selama melakukan kegiatan kerja magang di Bekantan Creative mengajarkan terdapat berbagai pemasaran yang dapat dilakukan seperti *ads*, *direct marketing*, *content writing* dan *campaign*. Namun hal tersebut harus bersinergi dengan berbagai divisi untuk menghasilkan kualitas yang sesuai.

Kata kunci: *campaign*, *digital marketing* konten, *marketing*, media sosial

# DIGITAL MARKETING IMPLEMENTATION IN BEKANTAN CREATIVE

Farhan Ahmaddaffa

## ***ABSTRACT***

*Current technological developments make various kinds of activities of Indonesian society begin to switch to digital. Business people in Indonesia are starting to adapt by making bold sales through social media. So that companies can go hand in hand with digitalization by using the services of managers and content creators on social media to brand creatively and attractively. With fairly rapid developments in the creative industry, interns have the opportunity to develop marketing knowledge, gain knowledge and work methods to find out the application of digital marketing at Creative Bekantan. Bekantan Creative is one of those who have tried various LinkedIn ads, direct marketing and content writing strategies in digital marketing. During his internship as a digital marketer at Bekantan Creative, the author is responsible for assisting the creation of social media content by planning campaigns, checking content quality. From several digital marketing strategies that the author has implemented, it turns out that there are positive impacts for the company. There are several problems that often occur in the content creation process, therefore the author provides an assessment in the form of evaluating content and carrying out solutions today with related times to connect between divisions. Conclusion during internship at Bekantan Creative teaches a variety of marketing that can be done such as advertising, direct marketing, content writing, and campaigns. However, it must synergize with various divisions to produce the appropriate quality.*

*Keywords: campaign, content, social media, marketing, digital marketing*



## DAFTAR ISI

PENERAPAN <i>DIGITAL MARKETING</i> DI BEKANTAN CREATIVE	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	vii
PENERAPAN <i>DIGITAL MERKETING</i> DI BEKANTAN CREATIVE	viii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang	3
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	3
BAB 2	6
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	6
2.1 Profil Perusahaan	6
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	7
BAB 3	10
PELAKSANAAN KERJA MAGANG	10
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	10
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	10
3.2.1 Tugas yang Dilakukan	10
3.2.2 Uraian Kerja Magang	11
3.2.2.1 <i>Campaign</i>	11
3.2.2.2 <i>Ads Campaign</i>	14
3.2.2.3 <i>Customer research</i>	16

3.2.2.4 <i>Content Writer</i>	19
3.2.2.4 <i>Direct Marketing</i>	23
3.2.3 Kendala yang Ditemukan	26
3.2.4 Solusi atas kendala yang Ditemukan	26
BAB 4	27
SIMPULAN DAN SARAN	27
4.1 Simpulan	27
4.2 Saran	28
4.2.1 Saran untuk Universitas Multimedia Nusantara	28
4.2.2 Saran untuk Perusahaan	28
4.2.3 Saran untuk Mahasiswa yang akan Magang	28
DAFTAR PUSTAKA	29
LAMPIRAN	30

## DAFTAR GAMBAR

### BAB 1

Gambar 1. 1 Bagan Prosedur Pelaksanaan Magang	4
---	---

### BAB 2

Gambar 2. 1 Logo Bekantan Creative	6
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Bekantan Creative	7
Gambar 2. 3 Struktur Divisi <i>Digital</i>	8

### BAB 3

Gambar 3. 1 Presentasi <i>Performa Campaign</i>	13
Gambar 3. 2 Presentasi <i>Performa Campaign</i>	13
Gambar 3. 3 <i>Ads Poster</i>	14
Gambar 3. 4 Aset Audiens <i>Buyer Persona Entertainment</i> (Paralifilms)	16
Gambar 3. 5 Riset Audiens <i>Buyer Persona Fashion</i> (Uniqlo)	16
Gambar 3. 6 Riset Audiens <i>Buyer Persona Environment</i> (YASI)	17
Gambar 3. 7 Riset Audiens <i>Buyer Persona Travel</i> (ancol)	17
Gambar 3. 8 Brosur Bekantan Creative	19
Gambar 3. 9 Brosur Anak Bekantan	20
Gambar 3. 10 <i>Company Profile</i> Anak Bekantan	22
Gambar 3. 11 Situs <i>Website</i> BCA	23
Gambar 3. 12 <i>Data list</i>	24
Gambar 3. 13 <i>Direct Message</i> Anak Bekantan	25

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 *Detail* Tugas dan *Timeline* Praktik Kerja Magang

11