

**PERAN *DIGITAL MARKETING STRATEGY* DALAM
PERENCANAAN PENGEMBANGAN BISNIS CLIENT DI
ASSA KREATIF**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

JODDY ANDRIAN SETIAWAN
0000037048

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2022


HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,
Nama : Joddy Andrian Setiawan
Nim : 0000037048
Program studi : Manajemen

Laporan Magang dengan judul:
"PERAN *DIGITAL MARKETING STRATEGY* DALAM PERENCANAAN
PENGEMBANGAN BISNIS CLIENT DI ASSA KREATIF" 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 karya ilmiah, saya bersedia
menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah
saya tempuh.

Tangerang, 27/06/2022

1,00
(Joddy Andrian S)

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan magang dengan judul
**PERAN *DIGITAL MARKETING STRATEGY* DALAM PERENCANAAN
PENGEMBANGAN BISNIS CLIENT DI ASSA KREATIF**

Oleh
Nama : Joddy Andrian S
NIM : 00000037048
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Skripsi/Tesis/Disertasi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 27 Juni 2022
Pembimbing



Nosica Rizkalla, S.E, M.Sc.,C.B.O
0320089001

**Ketua Program Studi
Manajemen**



Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par., MM., CSCP
2087404031

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan magang dengan judul
PERAN *DIGITAL MARKETING STRATEGY* DALAM PERENCANAAN
PENGEMBANGAN BISNIS CLIENT DI ASSA KREATIF

Oleh

Nama : Joddy Andrian S

NIM : 00000037048

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Jumat, 8 Juli 2022

Pukul 13.00 s.d 14.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Penguji



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O

0323047801

Pembimbing



Nosica Rizkalla, S.E., M.Sc., C.B.O

0320089001

Ketua Program Studi

Ilmu Manajemen



Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par., MM., CSCP

2087404031

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

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

Nama : Joddy Andrian S
NIM : 00000037048
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

JenisKarya : *Laporan Magang/Skripsi (*coret salah satu)

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:

*PERAN DIGITAL MARKETING STRATEGY DALAM PERENCANAAN
PENGEMBANGAN BISNIS CLIENT DI ASSA KREATIF*

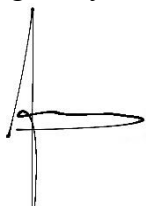
Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti
Noneksklusif ini Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan,
mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data
(database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap
mencantumkan nama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

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 9 Juli 2022

Yang menyatakan,



(Joddy Andrian S)

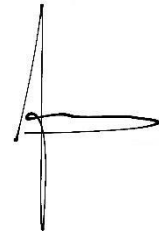
KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan laporan magang/skripsi ini dengan judul: “PERAN *DIGITAL MARKETING STRATEGY* DALAM PERENCANAAN PENGEMBANGAN BISNIS CLIENT DI ASSA KREATIF” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Jurusan Manajemen Pada Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan, praktik magang, sampai pada penyusunan laporan magang ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan banyak terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah menyertai saya selama menjalani kuliah, magang, hingga penyusunan laporan magang ini selesai. Serta beberapa pihak yang terlibat yaitu:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ibu Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., MBA, selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Bapak Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par., MM., CSCP, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Nosica Rizkalla, S.E, M.Sc.,C.B.O., sebagai Pembimbing magang track 1 yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya laporan magang ini.
5. Bapak Iwan Liem selaku pemimpin dari PT Telekomunika Anugrah Mandiri yang sudah mempersilahkan saya untuk melaksanakan praktik magang di anak perusahaannya
6. Bapak Gary Topher Sumanti selaku supervisi penulis selama melakukan magang yang sudah memberikan arahan pekerjaan
7. Orang Tua, Kakak, Cici dan seluruh keluarga besar serta saudara dari penulis yang tidak dapat disebutkan Namanya satu persatu yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan magang ini.
8. Febrianus Ananda, Ivana Stacia, Cresentia Margrita, Zefanya Alfaromeo, dan Roselyn Lauwsen selaku teman SMA yang selalu mendukung penulis saat melakukan praktik magang dan Menyusun laporan magang.
9. Rahdean Taufiqul Hidayah, Gleinola Ferrari, Luthfie Maulana, dan Tanriansyah selaku tim yang bekerjasama saat penulis melaksanakan praktik magang di Assa Kreatif.
10. Abel Windrawan, Fallah Fadillah Ilhami, dan Jennifer Nuqui yang selalu mensupport praktik magang penulis serta pernah membantu mengerjakan project magang penulis.
11. Rennee Maulana Arioseno, Aulia Rachman, dan Muhammad Farhan Puryatama selaku teman manajemen yang selalu mendukung proses belajar saat perkuliahan hingga praktik magang berlangsung.

12. Group Studior yang berisikan Sandyka Ari Kurniawan, Deandra Daniella, Jocelyn Helena, Aileen Jonea, dan Scenic Prasetyo yang selalu mendukung penulis saat melaksanakan magang, Bepergian Bersama saat penulis membutuhkan istirahat, hingga saat penyusunan laporan magang berlangsung.
13. Viona Pricilla selaku teman dari campus visit gen 8 yang masih bertahan hingga saat ini yang telah mendukung penulis dalam Menyusun laporan magang ini.
14. Keane Dhuha Danian, Juan Farrell, Mikael Dicky Paksi, Braga Salman Alfarizzi, Kendra Bagaskara, Nehemia Cecio, William Ezekiel, Gilang Satria Putra, Maharani Andjani Putri, Sofhie Pricilla, Caroline Nidya, Kesya Febriana, Tricia Amadea, serta seluruh crew UMN Radio gen X dan gen XI yang sama-sama berproses untuk menjadi pribadi yang lebih baik di dalam organisasi serta juga beberapa pihak yang disebutkan namanya secara spesifik turut membantu proses penyusunan laporan magang ini.

Tangerang, 27 Juni 2022



(Joddy Andrian S)

PERAN *DIGITAL MARKETING STRATEGY* DALAM PERENCANAAN PENGEMBANGAN BISNIS CLIENT DI ASSA KREATIF

Joddy Andrian S

ABSTRAK

Latar belakang pemanfaatan teknologi digital dalam proses pemasaran atau biasa dikenal dengan *digital marketing* dapat menjadi solusi untuk proses promosi yang lebih efektif serta efisien bagi para pebisnis masa kini. Pemasaran yang bersifat digital kerap digunakan pada media sosial atau situs dari perusahaan yang memanfaatkan pemasaran digital. Namun bagaimana cara kerja dari *digital marketing* itu sendiri? Penulis mempelajari bahwa pemanfaatan algoritma dan SEO atau *Search Engine Optimization* yang menjadi peran utama dalam membantu meningkatkan jumlah *engagement* dari media sosial pebisnis yang melakukan pemasaran digital. Disini pun terbukti bahwa manajemen pemasaran berperan penting dalam jalannya bisnis pengiklanan secara digital karena manajemen pemasaran membuat pemasaran digital lebih terstruktur. Kesimpulannya adalah *digital marketing* mampu memberikan dampak positif bagi para pebisnis untuk melakukan promosi terhadap produk atau jasa yang dijualnya.

Kata kunci: *Digital, Search Engine Optimization, Algoritma, Pemasaran, Manajemen*

THE ROLE OF DIGITAL MARKETING STRATEGY IN CLIENT BUSINESS DEVELOPMENT PLANNING IN CREATIVE ASSA

Joddy Andrian S

ABSTRACT

The background of using digital technology in the marketing process or commonly known as digital marketing can become a solution for a more effective and efficient promotion process for nowadays business. Digital marketing is often used on social media or websites from companies that use digital marketing. But how does digital marketing work itself? The author learns that the use of algorithms and SEO or Search Engine Optimization are the main roles in helping to increase the number of engagements from social media for business people who do digital marketing. Here it is also proven that marketing management plays an important role in the running of the digital advertising business because marketing management makes digital marketing more structured. The conclusion is that digital marketing is able to have a positive impact on business people to promote the products or services they sold.

Keywords: Digital, Search Engine Optimization, Algorithm, Marketing, Management

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang	6
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	7
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang.....	7
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	8
BAB II.....	9
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	9
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	9
.....	13
.....	14
.....	15
.....	16
.....	17
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	18
BAB III	19
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	19
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	19
3.2.1 Tugas yang dilakukan	19
3.2.2 Uraian Pekerjaan Magang.....	27
3.2.3. Kendala yang ditemukan.....	47

3.2.4. Solusi atas kendala yang ditemukan	48
BAB IV	49
4.1 Kesimpulan.....	49
4.2 Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN.....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Media Sosial di Indonesia tahun 2021	4
Gambar 1. 2 Pengguna Media Sosial di Indonesia tahun 2022	4
Gambar 2. 1 Logo Assa Kreatif	9
Gambar 2. 2 Logo hasil rebranding menjadi Kreasi Arunya	10
Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Assa Kreatif	11
Gambar 3. 1 Uraian pekerjaan menggunakan aplikasi Trello.....	27
Gambar 3. 2 contoh bentuk feeds client Assa Kreatif.....	28
Gambar 3. 3 contoh pembalasan DM untuk calon pelanggan De Tones	29
Gambar 3. 4 (dua gambar) Contoh pembuatan caption untuk konten harian lupromax	31
Gambar 3. 5 Salah satu saat penulis memberikan brief di group Arunya (rebranding Assa Kreatif).....	32
Gambar 3. 6 Contoh pembuatan caption untuk media sosial.....	33
Gambar 3. 7 Pembuatan caption jika foto jadi terlebih dahulu.....	34
Gambar 3. 8 contoh final check caption	35
Gambar 3. 9 dan Gambar 3. 10 untuk follow up lokasi shooting	37
Gambar 3. 11 Survey lokasi shooting Bellissimo untuk Lupromax.id	39
Gambar 3. 12 kondisi bengkel Bellissimo H-3 shooting	40
Gambar 3. 13 Pengiriman SPK untuk talent	41
Gambar 3. 14 Persiapan untuk shooting konten DeTones by Afgan	42
Gambar 3. 15 Shooting podcast Lupromax.id	43
Gambar 3. 16 Shooting untuk konten DeTones by Afgan	44
Gambar 3. 17 Shooting Lupromax di Bengkel Bellssimo	45
Gambar 3. 18 contoh saat pelaksanaan meeting Bersama tim	46

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Pekerjaan penulis saat melakukan praktik magang

29