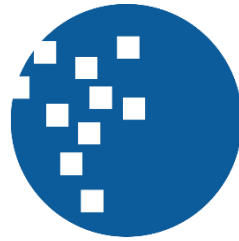


**EFEK DIGITAL MARKETING DALAM PT. UNISNACK CITARASA ABADI  
UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

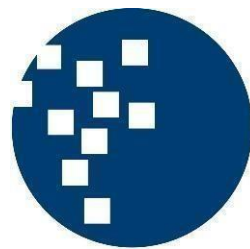
LAPORAN MBKM

**Steven Harta Widjaya**

**0000045268**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2023**

**EFEK DIGITAL MARKETING DALAM PT. UNISNACK CITARASA ABADI  
UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN MBKM**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen

**Steven Harta Widjaya**

**00000045268**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2023**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Steven Harta Widjaya  
Nomor Induk Mahasiswa **00000045268**  
Program studi : Management

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

### **EFEK DIGITAL MARKETING DALAM PT. UNISNACK CITARASA ABADI UNTUKMENINGKATKAN BRAND AWARENESS**

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 maupun dalam penulisan laporan MBKM, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan MBKM yang telah saya tempuh.

Tangerang, 3 Juli 2023



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Steven Harta Widjaya', with a horizontal line extending to the right.

Steven Harta Widjaya

## HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan MBKM dengan judul  
**EFEK DIGITAL MARKETING DALAM PT. UNISNACK CITARASA  
ABADIUNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS**

Oleh

Nama : Steven Harta Widjaya  
NIM : 00000045268  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada  
Sidang Ujian Laporan MBKM Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 21 Juni 2023

Pembimbing



Cynthia Sari Dewi., S.E., M.Sc., CSA.  
NIDN : 0308118803

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih., S.E., M.S.M., CBO.  
NIDN : 0323047801

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul

### **EFEL DIGITAL MARKETING DALAM PT. UNISNACK CITARASA ABADI UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS**

Oleh

Nama : Steven Harta Widjaya  
NIM : 00000045268  
Program Studi : Management  
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Senin, 3 Juli 2023, Pukul  
14.00 s/d 15.00 dan dinyatakan

**LULUS**

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing



Cynthia Sari Dewi., S.E., M.Sc., CSA  
NIDN : 0308118803

Penguji



Anna Riana Putriya, S.E., M.Si.  
NIDN : 0321107801

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih., S.E., M.S.M., CBO.  
NIDN : 0323047801

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

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

Nama : Steven Harta Widjaya

NIM : 00000045268

Program Studi : Management

Fakultas : Bisnis

JenisKarya : Laporan MBKM

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

**EFEK DIGITAL MARKETING DALAM PT. UNISNACK CITARASA**

**ABADI UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalih media / format-kan, 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, 21 Juni 2023

Yang menyatakan,



Steven Harta Widjaya

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan atas selesainya program magang yang telah dilakukan oleh penulis selama 6 bulan dan atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul: “Efek Digital Marketing Dalam PT.Unisnack Citarasa Abadi Untuk Meningkatkan Brand Awareness”. Laporan magang ini sebagai syarat untuk kelulusan penulis di Universitas Multimedia Nusantara.

Dalam menjalankan program magang yang diwajibkan oleh Universitas Multimedia Nusantara, penulis mendapatkan banyak pengalaman baru secara langsung didalam dunia kerja, dimana sejalan dengan yang sudah dipelajari selama perkuliahan di Universitas Multimedia Nusantara pada program studi manajemen. Oleh karena itu, atas pengalaman yang telah didapat oleh penulis secara nyata, penulis mengucapkan terima kasih atas pihak-pihak yang telah berperan besar dalam membimbing dan membantu penulis dalam menjalankan program magang dan menyelesaikan penulis laporan magang ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak yang berperan, yaitu :

1. Bapak Dr. Ninok Leksono., M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ibu Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih., S.E., M.S.M., CBO, selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Cynthia Sari Dewi., S.E., M.Sc., CSA., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Ibu Furiyanti, Ibu Yuliani,dan Carolina Stella, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.

6. Kepada Perusahaan Kata Oma (PT. Unisnack Citarasa Abadi) yang telah memberikan kesempatan dan kepercayaan terhadap penulis untuk melakukan praktek kerja magang.
7. Kepada seluruh karyawan Kata Oma yang telah membantu dan mendukung semua kegiatan penulis selama program magang.
8. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.
9. Kepada Krista Celine yang telah menjadi partner kerja selama magang, dan telah banyak membantu, serta memberikan support kepada penulis selama program magang berlangsung

Semoga karya ilmiah ini yang berisikan tentang pengalaman kerja magang yang dilakukan oleh penulis dapat memberikan manfaat dan gambaran terhadap pembaca mengenai kegiatan seorang digital marketing dalam sebuah perusahaan atau dunia kerja.

Tangerang, 21 Juni 2023



Steven Harta Widjaya



## ABSTRAK

Sebuah perusahaan tidak mungkin terlepas dari marketing, dimana marketing merupakan bagian yang penting dalam sebuah perusahaan untuk keberlangsungan penjualan produk atau jasa, dikarenakan dengan adanya marketing dapat meningkatkan *brand awareness* sebuah perusahaan terhadap masyarakat luas. Seperti perusahaan Kata Oma yang sangat memperhatikan strategi marketingnya agar masyarakat luas dapat mengetahui brand Kata Oma melalui strategi marketing yang dijalankan. Dalam setiap team marketing memiliki *job description* yang berbeda-beda, yaitu mencari *Key Opinion Leader* (KOL), *ide content*, edit video. Tentunya dalam pekerjaan yang dikerjakan oleh penulis terdampak kendala yang terjadi, seperti penulis mendapatkan jawaban yang lambat, keterlambatan *Key Opinion Leader* (KOL) untuk memposting *content*, dan sebagainya. Sehingga atas segala kendala yang pernah terjadi terdapat solusi dalam menyelesaikannya yaitu dengan menghubungi *Key Opinion Leader* (KOL) lagi apabila tidak adanya jawaban, mengingatkan kepada *Key Opinion Leader* (KOL) untuk melakukan posting sehari sebelum tanggal posting yang telah ditetapkan. Sehingga dalam program magang yang telah penulis lakukan di perusahaan Kata Oma (PT. Unisnack Citarasa Abadi) banyak mendapatkan pengalaman kerja secara langsung dan ilmu-ilmu yang baru terhadap dunia marketing.

**Kata kunci:** *Job Description*, *Key Opinion Leader* (KOL), Kata Oma, Marketing

## **ABSTRACT (English)**

*A company cannot be separated from marketing, where marketing is an important part of a company for the continuity of product or service sales, because marketing can increase a company's brand awareness to the wider community. Like the Kata Oma company which pays great attention to its marketing strategy so that the general public can find out about the Kata Oma brand through the marketing strategy it implements. Each marketing team has different job descriptions, namely looking for Key Opinion Leaders (KOL), content ideas, video editing. Of course, the work done by the author is affected by the obstacles that occur, such as the author getting slow answers, delays in Key Opinion Leaders (KOL) for posting content.. So that for all the obstacles that have occurred there is a solution to solve them, namely by contacting the Key Opinion Leader (KOL) again if there is no answer, reminding the Key Opinion Leader (KOL) to post the day before the posted posting date. So that in the internship program that the author has done at the company Kata Oma (PT. Unisnack Citarasa Abadi) got a lot of direct work experience and new knowledge about the world of marketing.*

**Keywords:** *Job Description, Key Opinion Leader (KOL), Kata Oma, Marketing*

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	2
HALAMAN PERSETUJUAN.....	3
HALAMAN PENGESAHAN .....	4
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAHUNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	5
KATA PENGANTAR.....	6
<b>ABSTRAK</b> .....	8
<b>ABSTRACT (English)</b> .....	9
DAFTAR ISI.....	10
DAFTAR TABEL.....	12
DAFTAR GAMBAR .....	13
DAFTAR LAMPIRAN .....	15
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	16
1.1. <i>Latar Belakang</i> .....	16
1.2. <i>Maksud dan Tujuan Kerja Magang</i> .....	21
1.3. <i>Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang</i> .....	22
<b>BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b> .....	24
2.1 <i>Sejarah Singkat Perusahaan</i> .....	24
2.1.1 <i>Logo Perusahaan</i> .....	26
2.1.2 <i>Visi dan Misi Perusahaan</i> .....	26
2.1.3 <i>Kegiatan Usaha</i> .....	27
2.1.4 <i>Pencapaian Perusahaan</i> .....	30
2.1.5 <i>Nilai-Nilai Perusahaan</i> .....	31
2.2 <i>Struktur Organisasi Perusahaan</i> .....	33
<b>BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG</b> .....	34
3.1 <i>Kedudukan dan Koordinasi</i> .....	34
3.2 <i>Tugas dan Uraian Kerja Magang</i> .....	35
3.2.1 <i>Tugas yang dilakukan</i> .....	35
3.2.2 <i>Uraian Kerja Magang</i> .....	40
3.3 <i>Kendala yang Ditemukan</i> .....	74

3.4	<i>Solusi atas Kendala yang Ditemukan</i> .....	75
<b>BAB IV SIMPULAN DAN SARAN</b> .....		<b>77</b>
4.1	<i>Simpulan</i> .....	77
4.2	<i>Saran</i> .....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		<b>80</b>
<b>LAMPIRAN</b> .....		<b>81</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Tugas utama penulis .....	35
Tabel 3. 2 Tugas tambahan penulis .....	39



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data PDB Industri Makanan dan Minuman (2012-2022).....	16
Gambar 1. 2 Data proporsi konsumen makanan ringan di Indonesia berdasarkan usia pada .....	17
Gambar 1. 3 Data pengguna internet di Indonesia tahun 2012-2023 .....	20
Gambar 2. 1 Sejarah singkat perusahaan Kata Oma.....	24
Gambar 2. 2 Logo Kata Oma.....	26
Gambar 2. 3 Varian rasa telur gabus Kata Oma .....	27
Gambar 2. 4 Kata Oma Gula Aren .....	28
Gambar 2. 5 Kata Oma Keju Cheddar.....	28
Gambar 2. 6 Kata Oma Balado Padang .....	29
Gambar 2. 7 Kata Oma Telur Asin.....	30
Gambar 2. 8 UMKM Brilianpreneur 2020 .....	31
Gambar 3. 1 Struktur Kedudukan dan Koordinasi .....	34
Gambar 3. 2 Laporan patroli <i>social media</i> melalui <i>group whatsapp</i> .....	41
Gambar 3. 3 <i>direct message</i> mengenai pertanyaan dari konsumen.....	42
Gambar 3. 4 <i>direct message</i> mengenai penawaran menjadisponsorship.....	42
Gambar 3. 5 <i>direct message</i> mengenai konsumen yang ingin menjadi reseller .....	42
Gambar 3. 6 Laporan <i>complain</i> dari konsumen ke <i>Whatsapp group</i> .....	43
Gambar 3. 7 Melakukan repost story dari testimoni konsumen.....	45
Gambar 3. 8 Posting daily content.....	46
Gambar 3. 9 Balas <i>comment daily content</i> .....	47
Gambar 3. 10 Google sheets list KOL.....	48
Gambar 3. 11 Melakukan Dm Instagram untuk menanyakan <i>rate card</i> KOL.....	49
Gambar 3. 12 Pengiriman Brief kepada KOL .....	50
Gambar 3. 13 Form Transfer Fee KOL .....	50
Gambar 3. 14 <i>form free goods</i> untuk pengiriman produk ke KOL.....	51
Gambar 3. 15 <i>follow up</i> KOL terkait <i>draft content</i> .....	52
Gambar 3. 16 insight content Key Opinion Leader (KOL) .....	53
Gambar 3. 17 Menghubungi talent untuk pembuatan content .....	54
Gambar 3. 18 Penulis menjadi talent.....	55
Gambar 3. 19 Proses editing video content Reels/Tiktok.....	56
Gambar 3. 20 Revisi <i>editing video</i> .....	57
Gambar 3. 21 Membuat rundown content reels/tiktok .....	58
Gambar 3. 22 <i>Content Planning</i> dalam 1 bulan.....	59
Gambar 3. 23 <i>Caption daily content Instagram</i> .....	60
Gambar 3. 24 <i>Caption</i> reels dan tiktok .....	61
Gambar 3. 25 <i>Meeting dengan agency</i> .....	62
Gambar 3. 26 <i>Campagin Mammamia</i> .....	63
Gambar 3. 27 <i>Games</i> tebak gambar.....	64
Gambar 3. 28 Menghubungi <i>contact person</i> dari restoran yang dipilih .....	65
Gambar 3. 29 Survey lokasi restoran.....	66
Gambar 3. 30 <i>Power point</i> informasi fasilitas restoran setelah melakukan survey .....	67
Gambar 3. 31 <i>Follow up</i> catering Tauto Kedung Rasa .....	68
Gambar 3. 32 Desain banner shopee live .....	71
Gambar 3. 33 Desain Instagram Story berupa pengumuman hari libur lebaran .....	72
Gambar 3. 34 Desain promo untuk kegiatan <i>activation</i> .....	72

Gambar 3. 35 Ide Instagram ads .....73  
Gambar 3. 36 Ide Instagram ads untuk *launching new product*..... 74

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Pengantar MBKM (MBKM 01).....	82
Lampiran B Kartu MBKM (MBKM 02) .....	82
Lampiran C Daily Task Magang Perusahaan (MBKM 03) .....	83
Lampiran D Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04).....	107
Lampiran E Form Bimbingan Internship Report.....	108
Lampiran F Hasil Turnitin.....	109
Lampiran G Semua hasil karya tugas yang dilakukan selama MBKM .....	110
Lampiran H Presentasi Sidang Magang .....	118

