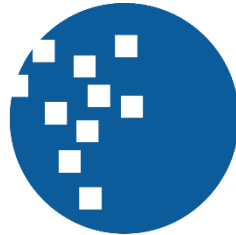


**AKTIVITAS DIGITAL ADVERTISING STRATEGIST DI
RUPARUPA**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

HEAVENIA RAISSA

00000042637

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024**

**AKTIVITAS DIGITAL ADVERTISING STRATEGIST DI
RUPARUPA**



LAPORAN MAGANG

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

HEAVENIA RAISSA

00000042637

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Heavenia Raissa

Nomor Induk Mahasiswa : 00000042637

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

AKTIVITAS DIGITAL ADVERTISING STRATEGIST DI RUPARUPA

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 magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 2 Januari 2024



(Heavenia Raissa)

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
AKTIVITAS DIGITAL ADVERTISING STRATEGIST DI RUPARUPA

Oleh

Nama : Heavenia Raissa
NIM : 00000042637
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 11 Januari 2024
Pukul 14.00 s.d 15.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji



Angga Ariestya, S.Sos, M.Si
NIDN 311048505

Inco Hary Perdana, S.Ikom., M.Si
NIDN 0308117706

Pembimbing



Angga Ariestya, S.Sos, M.Si
NIDN 311048505

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Heavenia Raissa

NIM : 00000042637

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya Ilmiah : 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:

AKTIVITAS DIGITAL ADVERTISING STRATEGIST DI RUPARUPA

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.

Tangerang, 2 Januari 2024

Yang menyatakan,



(Heavenia Raissa)

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul:

“AKTIVITAS DIGITAL ADVERTISING STRATEGIST DI RUPARUPA”

dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan magang ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

Mengucapkan terima kasih

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Angga Ariesty, S.Sos, M.Si. sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan magang ini.
5. Bapak Inco Hary Perdana, S.Ikom., M.Si selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Keluarga dan teman-teman saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga saya dapat menyelesaikan laporan magang ini.
7. Kak Arief sebagai pembimbing lapangan yang mengajari dan membimbing saya selama aktivitas kerja magang kerja magang berlangsung.

8. Kak Clara, Kak Ikbar, Kak Gibran, dan Hana sebagai rekan kerja yang mendukung aktivitas kerja magang berjalan dengan lancar.

Semoga laporan magang ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi ke depannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, Januari 2024



(Heavenia Raissa)



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

AKTIVITAS DIGITAL ADVERTISING STRATEGIST DI RUPARUPA

Heavenia Raissa

ABSTRAK

Sudah banyak *e-commerce* yang terpengaruh oleh transformasi digital salah satunya pada aktivitas promosi yang sudah menggunakan pemasaran digital. Ruparupa menjadi salah satu *e-commerce* yang memanfaatkan peluang tersebut dengan aktif melakukan pemasaran digital. Sehingga tujuan pelaksanaan magang ini adalah untuk menambah wawasan dan skill serta belajar mengimplementasikan ilmu komunikasi yang telah dipelajari dari Universitas Multimedia Nusantara ke dalam tim Digital Ads ruparupa. Digital Advertising Intern diberikan tanggung jawab untuk mengerjakan *daily & weekly ROAS report*, analisis kompetitor, *initial plan*, *social media advertising*, dan *reporting e-commerce*. Konsep yang digunakan dalam pembuatan laporan magang ini adalah konsep digital advertising menurut Kotler, Kartajaya, & Setiawan (2019), Jaehyung, Hyeonseok, Chanjun, & Sugyeong, (2022), Adom, Nyarko, & Som (2016), dan Ariyadi (2020). Kendala utama yang dialami yakni adanya aktivitas pekerjaan yang tertunda karena ada iklan yang tidak disetujui oleh Tiktok, padahal materi iklan tidak ada yang melanggar ketentuan. Selama enam ratus empat puluh jam kerja magang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa adanya penambahan wawasan dan kompetensi terutama untuk penggunaan *tools* wajib bagi seorang *digital advertising*.

Kata kunci: Digital Advertising, *Campaign*, ruparupa

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

INTERNSHIP WORK ACTIVITIES AS DIGITAL ADVERTISING STRATEGIST AT RUPARUPA

Heavenia Raissa

ABSTRACT

Many e-commerce sites have been affected by digital transformation, one of which is promotional activities that use digital marketing. ruparupa is one of the e-commerce companies that is taking the opportunity by actively using digital advertising. So the purpose of this internship is to develop knowledge and skills and learn to implement the communication knowledge that has been learned from Multimedia Nusantara University into the rurupa Digital Ads team. Digital Advertising Intern is given responsibility for working on daily & weekly ROAS reports, competitor analysis, initial plans, social media advertising, and e-commerce reporting. The concept used in making this internship report is the concept of digital advertising according to Kotler, Kartajaya, & Setiawan (2019), Jaehyung, Hyeonseok, Chanjun, & Sugyeong, (2022), Adom, Nyarko, & Som (2016), and Ariyadi (2020). The main obstacle experienced was that work activities were delayed because there were advertisements that were not approved by Tiktok, even though none of the advertising materials violated the provisions. During the six hundred and forty hours of internship work carried out, it can be concluded that there has been additional insight and competence, especially for the use of mandatory tools for a digital advertiser.

Keywords: Digital Advertising, Campaign, ruparupa

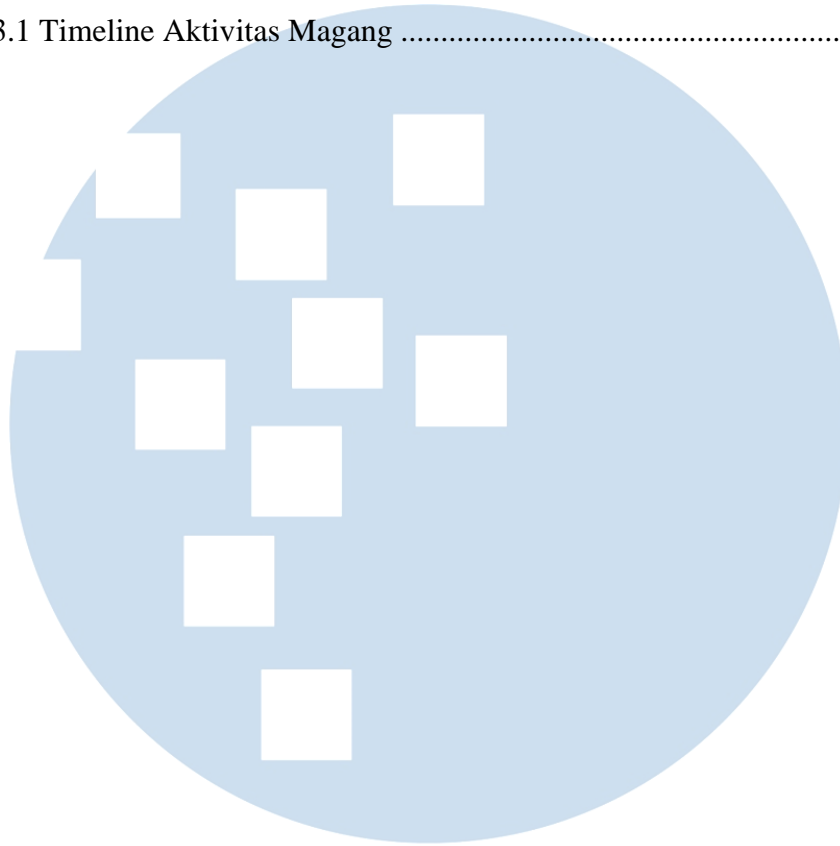
UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang	4
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	4
BAB II GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI	6
2.1 Tentang ruparupa	6
2.2 Visi, Misi, dan Nilai ruparupa	7
2.3 Struktur Organisasi ruparupa	8
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	11
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang	11
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang	11
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	27
4.1 Kesimpulan	27
4.2 Saran	28
DAFTAR PUSTAKA	29
LAMPIRAN	31

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Timeline Aktivitas Magang 12



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Total pengguna Internet di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Grafik media sosial yang paling banyak digunakan.....	2
Gambar 1.3 Jumlah Install Aplikasi ruparupa.....	3
Gambar 2.1 Logo ruparupa	6
Gambar 2.2 Tampilan Website ruparupa	7
Gambar 2.3 Struktur Organisasi Ruparupa	8
Gambar 2.4 Struktur Divisi Digital Ads & SEO.....	9
Gambar 3.1 Contoh Tampilan Quicksight	14
Gambar 3.2 Bagian Campaign Sales Report Quicksight	14
Gambar 3.3 Metrik Pencatatan Laporan Angka ROAS	14
Gambar 3.2 Contoh Analisis Kompetitor.....	16
Gambar 3.3 Contoh Daftar Produk dan Keyword.....	18
Gambar 3.4 Contoh Headline dan Text Ads	18
Gambar 3.5 Contoh Brief Social Media Advertising.....	19
Gambar 3.6 Tampilan Facebook & Tiktok Ads Manager ruparupa Sosmed.....	20
Gambar 3.7 Menu Objective Iklan.....	20
Gambar 3.8 Tampilan Bagian Campaign.....	21
Gambar 3.9 Tampilan Bagian Ads Set.....	21
Gambar 3.10 Tampilan Bagian Ads.....	22
Gambar 3.11 Contoh Reporting Ads Sosmed.....	22
Gambar 3.12 Contoh Reporting E-commerce Tokopedia	24
Gambar 3.13 Contoh Reporting E-commerce Shopee.....	24

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 – MBKM 1	31
Lampiran 2 – Acceptance Letter	32
Lampiran 3 – MBKM 2	33
Lampiran 4 – MBKM 3	34
Lampiran 5 – MBKM 4	45
Lampiran 6 – Hasil Turnitin	45
Lampiran 7 – Konsultasi Magang	47
Lampiran 8 – Curriculum Vitae	50

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA