



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

LAPORAN KERJA MAGANG
PENTINGNYA *BRAND AWARENESS* UNTUK MENINGKATKAN
TRAFFIC RUPARUPA.COM



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Nama : Anastasia
NIM : 14130110109
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

TANGERANG

2018

PENGESAHAN LAPORAN KERJA MAGANG
PENTINGNYA *BRAND AWARENESS* UNTUK MENINGKATKAN
TRAFFIC RUPARUPA.COM

Oleh

Nama : Anastasia
NIM : 14130110109
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Tangerang, 25 Januari 2018

Pembimbing



Purnamaningsih, S.E., M.S.M.

Penguji



Nosica Rizkalla, S.E., MSc

Mengetahui



Dewi Wahyu Handayani, S.E., M.M.

Ketua Program Studi Manajemen

**LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT
DALAM PENYUSUNAN LAPORAN KERJA MAGANG**

Dengan ini saya:

Nama : Anastasia
NIM : 14130110109
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa saya telah melaksanakan praktek kerja magang:

Nama perusahaan : PT Omni Digitama Internusa
Divisi : Marketing Communication
Alamat : Jl. Puri Kencana, RT.6/RW.2, Kembangan Sel.,
Kembangan, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus
Ibukota Jakarta 11610
Periode magang : 03 Juli - 2 Oktober 2017
Pembimbing Lapangan : Fransisca Clarissa

Laporan kerja magang ini adalah hasil karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan plagiat. Semua kutipan karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam laporan magang ini telah saya sebutkan sumber kutipannya dan telah saya cantumkan pada daftar pustaka. Jika dikemudian hari terbukti adanya kecurangan atau penyimpangan baik dalam pelaksanaan kerja magang ataupun dalam penelitian laporan kerja magang. Saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan tidak lulus untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.

Tangerang, Januari 2018



Anastasia

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan Karunia dan Pernyataan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan sampai pada tahap ini dan dapat menyelesaikan praktek kerja magang serta laporan kerja magang dengan tepat waktu tanpa adanya halangan, yang dimana merupakan salah satu syarat bagi penulis untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1 di Universitas Multimedia Nusantara.

Praktek kerja magang yang penulis lakukan, bertujuan untuk mendapatkan pengalaman baru dalam dunia kerja secara nyata. Penulis jadi mengetahui bagaimana lingkungan kerja yang nyata. Penulis juga berkesempatan mengimplementasikan ilmu – ilmu yang penulis dapatkan ketika masa perkuliahan, sehingga penulis dapat memberikan kontribusi kepada perusahaan dimana penulis melakukan praktek kerja magang.

Penulis mengharapkan dengan adanya laporan kerja magang yang telah disusun oleh penulis ini, dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan perusahaan. Laporan kerja magang ini juga dapat diselesaikan tidak lain karena bantuan dari berbagai pihak dalam penyusunannya. Oleh karena itu, penulis tidak lupa untuk mengucapkan terima kasih kepada beberapa pihak:

- 1 Tuhan Yang Maha Esa atas Rahmat dan Karunia-Nya yang tiada batas sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan kerja magang ini.
- 2 Ibu Fransisca Clarissa, selaku pembimbing lapangan selama penulis melaksanakan praktek kerja magang di PT Omni Digitama Internusa.
- 3 Ibu Teresa Wibowo, selaku Chief Executive Officer dari PT Omni Digitama Internusa yang telah memberikan kesempatan dan kepercayaan kepada penulis dalam melaksanakan praktek kerja magang.
- 4 Bapak Budiono Darmawan, selaku Chief of Marketing yang ikut membimbing penulis selama praktek kerja magang.
- 5 Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M. selaku dosen pembimbing magang yang telah membimbing penulis selama menyusun hingga disetujuinya laporan magang ini.

- 6 Ibu Dewi Wahyu Handayani S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah bersedia menyetujui laporan magang yang telah penulis susun bersama dosen pembimbing.
- 7 Rekan-rekan kerja PT Omni Digitama Internusa yang telah memberikan masukan yang bermanfaat dan dukungan satu sama lainnya yang telah memberikan masukan yang bermanfaat dan dukungan satu sama lain selama proses magang berlangsung.
- 8 Dan yang terakhir Penulis ingin berterima kasih kepada Orang tua dan teman-teman yang selalu memberikan doa, dan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan praktik kerja magang.

Penulis menyadari masih banyaknya kekurangan dari laporan magang ini. Untuk itu, penulis sangat terbuka untuk menerima saran yang membangun demi hasil yang lebih baik lagi. Penulis juga berharap dengan adanya laporan magang ini, dapat berguna dalam memberikan pembelajaran dan informasi.

Tangerang, 25 Januari 2018

Anastasia



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	3
Daftar Isi	5
Daftar Gambar	7
Daftar Tabel	8
BAB I	9
PENDAHULUAN	9
1.1 Latar Belakang	9
1.2 Pokok Permasalahan.....	14
1.3 Maksud dan Tujuan Kerja Magang	14
1.4 Waktu dan Prosedur Kerja Magang	15
1.4.1 Waktu Kerja Magang	15
1.4.2 Prosedur Kerja Magang.....	16
1.5 Sistematika Penulisan Laporan Magang	17
BAB II	18
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	18
2.1 Deskripsi Perusahaan	18
2.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	18
2.1.2 Latar Belakang Perusahaan	19
2.1.3 Target Perusahaan	19
2.1.4 Logo Perusahaan	20
2.1.5 Slogan Perusahaan	20
2.1.6 Visi dan Misi Perusahaan.....	20

2.2	Struktur Organisasi Perusahaan.....	21
2.3	Landasan Teori	21
2.3.1	Marketing	21
2.3.2	Brand	22
2.3.3	Brand Awareness	22
2.3.4	Marketing Mix	23
2.3.5	Promotion Mix	23
BAB III	25
PELAKSANAAN KERJA MAGANG	25
3.1	Kedudukan dan Koordinasi	25
3.2	Tugas yang Dilakukan	26
3.3	Uraian Pelaksanaan Kerja Magang	27
3.3.1	Proses Pelaksanaan.....	27
A.	Tema Promo	28
B.	Design Koran.....	39
3.3.2	Kendala yang Ditemukan.....	41
3.3.3	Solusi Atas Kendala yang Ditemukan.....	42
3.4	Pentingnya Brand Awareness untuk Meningkatkan Traffic Ruparupa.com	43
BAB IV	48
4.1	Kesimpulan.....	48
4.2	Saran.....	49
Daftar Pustaka	50
Lampiran	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perkembangan Pengguna Internet di Dunia	9
Gambar 1. 2 Grafik Pengguna Internet di Wilayah Asia.....	10
Gambar 1. 3 Grafik Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia	11
Gambar 1. 4 Statistik Pengguna Internet Indonesia Berdasarkan Usia	11
Gambar 1. 5 Infografis Perilaku Pengguna Internet Indonesia	12
Gambar 1. 6 Website Ruparupa.com	13
Gambar 2. 1 Target Market Ruparupa.com	19
Gambar 2. 2 Logo Ruparupa.com	20
Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Ruparupa.com	21
Gambar 3. 1 Struktur Organisasi PT Omni Digitama Internusa	25
Gambar 3. 2 Struktur Organisasi di dalam Marketing PT ODI	26
Gambar 3. 3 Marketing Calendar Ruparupa.com	28
Gambar 3. 4 Promo dengan Tema <i>Keep Fit</i>	30
Gambar 3. 5 Promo dengan Tema <i>Life Made Easy</i>	31
Gambar 3. 6 <i>Trello</i> untuk Penulis <i>Request Banner</i> dan Judul	32
Gambar 3. 7 Promo dengan Tema <i>Automotive & Electronic</i>	33
Gambar 3. 8 Promo dengan Tema <i>Woman Specials</i>	34
Gambar 3. 9 Tampilan Promo Serba 100ribu	35
Gambar 3. 10 <i>Landing Page</i> Ruparupa Sale	36
Gambar 3. 11 Promo Dihibur & Kategori <i>Voucher</i>	37
Gambar 3. 12 <i>Link UTM & Clouinary</i>	38
Gambar 3. 13 Promo Dihibur pada Website Ruparupa.....	39
Gambar 3. 14 <i>Template</i> Koran ACE & Informa & <i>Design</i> Ruparupa.....	40
Gambar 3. 15 Grafik Promo Ruparupa Sale	44
Gambar 3. 16 Iklan Bukalapak dan JD.ID	45
Gambar 3. 17 Penetrasi Media 2016	45
Gambar 3. 18 <i>Supermom Festival</i> dari JD.ID	46

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan Mingguan Selama Magang.....28



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA