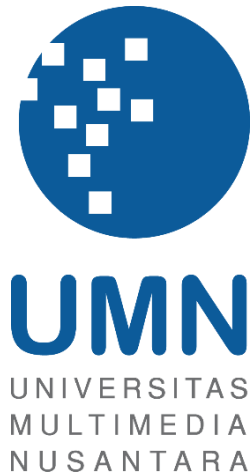


**PERANCANGAN STRATEGI *MARKETING* UNTUK MEDIA  
*PLATFORM* MAGANG AYOINTERN**



**LAPORAN MBKM KEWIRAUSAHAAN**

**Karina Anabelle Putri Yusman**

**0000054213**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
FAKULTAS SENI DAN DESAIN  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2024**

**PERANCANGAN STRATEGI *MARKETING* UNTUK MEDIA**

***PLATFORM* MAGANG AYOINTERN**



**LAPORAN MBKM KEWIRAUSAHAAN**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Desain (S.Ds.)

**Karina Anabelle Putri Yusman**

**0000054213**

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL**

**FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

i

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Karina Anabelle Putri Yusman

Nomor Induk Mahasiswa : 00000054213

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Laporan Cluster MBKM dengan judul:

### **PERANCANGAN STRATEGI *MARKETING* UNTUK MEDIA *PLATFORM* MAGANG AYOINTERN**

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 Laporan Cluster MBKM yang telah saya tempuh.

Tangerang, 24 Maret 2024



(Karina Anabelle)

## HALAMAN PENGESAHAN


Laporan Cluster MBKM dengan judul  
**PERANCANGAN STRATEGI *MARKETING* UNTUK MEDIA  
PLATFORM MAGANG AYOINTERN**

Oleh


Nama : Karina Anabelle Putri Yusman  
NIM : 00000054213  
Program Studi : Desain Komunikasi Visual  
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Kamis, 13 Juni 2024  
Pukul 15.30 s.d 16.00 dan dinyatakan  
LULUS  
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

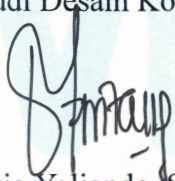
Pembimbing

  
Lia Herna, S.Sn., M.M.  
0315048108/081472

Penguji

  
Mariska Legia, S.Ds., M.B.A.  
0330118701/083675

Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual

  
Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A.  
0311099302/043487

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

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

Nama : Karina Anabelle Putri Yusman

NIM : 00000054213

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Fakultas : Seni dan Desain

Jenis Karya : Laporan Cluster MBKM

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.

### **PERANCANGAN STRATEGI *MARKETING* UNTUK MEDIA *PLATFORM* MAGANG AYOINTERN**

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 Laporan Cluster MBKM selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 24 Maret 2024

Yang menyatakan,



(Karina Anabelle)

UNIVERSITA  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini yang berjudul “PERANCANGAN STRATEGI *MARKETING* UNTUK MEDIA *PLATFORM* MAGANG AYOINTERN”. Di dalam kesempatan ini, penulis memilih topik tersebut karena merasa dalam perancangan sebuah media *platform* magang, memerlukan landasan strategi marketing yang kuat untuk mencapai sebuah kesuksesan ide bisnis.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Muhammad Cahya Mulya Daulay, S.Sn., M.Ds, selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Fonita Theresia Yoliando, S.Ds., M.A., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Lia Herna, S.Sn., M.M., sebagai Pembimbing internal yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya Laporan MBKM ini.
5. Hoky Nanda S.M, sebagai pembimbing eksternal yang telah n bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya Laporan MBKM ini.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis berharap dengan adanya penulisan proposal ini maka pembaca dapat mendapatkan informasi serta ilmu pengetahuan baru.

Tangerang, 24 Maret 2024



(Karina Anabelle)

# PERANCANGAN STRATEGI *MARKETING* UNTUK MEDIA

## *PLATFORM* MAGANG AYOINTERN

Karina Anabelle Putri Yusman

### ABSTRAK

Perkembangan pesat perusahaan *startup* di Indonesia menimbulkan kebutuhan akan sumber daya manusia (SDM) berkualitas. Di sisi lain, mahasiswa memiliki potensi besar untuk berkontribusi pada kesuksesan bisnis. Untuk mengatasi tantangan ini, pengembangan aplikasi magang untuk mahasiswa dan *startup* adalah solusi yang efektif. Aplikasi ini tidak hanya memenuhi kebutuhan akan pengalaman kerja bagi mahasiswa, tetapi juga menyediakan *platform* bagi pemilik *startup* generasi milenial yang tengah mencari SDM berbakat. Melalui pengumpulan data kuantitatif dan kualitatif berupa kuesioner dan wawancara bersama mahasiswa dan pemilik perusahaan *startup*, didapati bahwa koneksi dianggap penting dalam mencari pengalaman magang. Menurut narasumber mahasiswa, aplikasi magang membantu mereka dalam mencari magang dengan lebih efisien dan tepat sasaran. Sementara itu, pemilik perusahaan *startup* menyatakan kebutuhan mereka akan anak intern yang berkualitas. Dengan strategi pemasaran yang mengedepankan keunggulan fitur dan manfaat yang relevan bagi kedua target pasar, yaitu generasi Z (19-22 tahun) sebagai pengguna primer dan pemilik *startup* generasi milenial (25-38 tahun) sebagai pemberi kesempatan magang, aplikasi ini diharapkan dapat menciptakan koneksi yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak.

**Kata kunci:** *Intern, Magang, startup, Mahasiswa.*

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



# **DESIGNING MARKETING STRATEGY FOR INTERNSHIP**

## **MEDIA PLATFORM AYOINTERN**

Karina Anabelle Putri Yusman

### **ABSTRACT (English)**

*The rapid growth of startup companies in Indonesia has created a demand for quality human resources (HR). On the other hand, students have great potential to contribute to the success of businesses. To address this challenge, the development of an internship application for students and startups is an effective solution. This application not only meets the need for work experience for students but also provides a platform for millennial startup owners who are seeking talented HR. Through the collection of quantitative and qualitative data in the form of questionnaires and interviews with students and startup owners, it is found that connections are considered important in seeking internship experiences. According to student respondents, the internship application helps them find internships more efficiently and accurately. Meanwhile, startup owners express their need for quality interns. With a marketing strategy that emphasizes the advantages of features and relevant benefits for both target markets, namely Generation Z (19-22 years old) as the primary users and millennial startup owners (25-38 years old) as internship providers, this application is expected to create mutually beneficial connections for both parties.*

**Keywords:** Intern, Internship, startup, Student.

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.....	vi
<i>ABSTRACT (English)</i> .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang MBKM Cluster Kewirausahaan.....</b>	<b>3</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan .....</b>	<b>3</b>
<b>1.3 Batasan Masalah MBKM Cluster Kewirausahaan.....</b>	<b>3</b>
<b>1.3.1 Batasan Masalah Primer.....</b>	<b>3</b>
<b>1.3.2 Batasan Masalah Sekunder.....</b>	<b>4</b>
<b>1.4 Maksud dan Tujuan MBKM Cluster Kewirausahaan.....</b>	<b>5</b>
<b>1.5 Manfaat Melaksanakan MBKM Cluster Kewirausahaan .....</b>	<b>5</b>
<b>1.6 Deskripsi Waktu dan Prosedur MBKM Cluster Kewirausahaan ...</b>	<b>6</b>
<b>BAB II PEMBENTUKAN IDE BISNIS.....</b>	<b>8</b>
<b>2.1 Validasi Ide Bisnis.....</b>	<b>8</b>
<b>2.1.1 Alur Pengembangan Ide Bisnis .....</b>	<b>8</b>
<b>2.1.2 Finalisasi Ide Bisnis .....</b>	<b>11</b>
<b>2.2 <i>Business Model Canvas</i>.....</b>	<b>12</b>
<b>2.3 Deskripsi Perusahaan.....</b>	<b>14</b>
<b>2.4 Struktur Perusahaan.....</b>	<b>17</b>
<b>2.5 Alur Kerja Perusahaan .....</b>	<b>19</b>
<b>2.6 Analisis Kelayakan Usaha .....</b>	<b>20</b>
<b>2.6.1 BEP Tahunan Untuk AyoIntern .....</b>	<b>22</b>
<b>BAB III MARKET AND PRODUCT VALIDATION.....</b>	<b>24</b>
<b>3.1 <i>Market Research Validation</i> .....</b>	<b>24</b>
<b>3.1.1 <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i> .....</b>	<b>24</b>

3.1.2	Market Persona .....	29
3.2	Metode Pengumpulan Data Ide Bisnis .....	32
3.2.1	Metode Pengumpulan Data Kuantitatif... ..	32
3.2.2	Pengumpulan Data Kualitatif .....	35
3.3	Analisa Produk Merek dan Kompetitor.....	41
3.4	Studi Eksisting dan Studi Referensi .....	43
3.4.1	Studi Eksisting .....	44
3.4.2	Studi Referensi.....	45
3.5	Penetapan Harga Produk/Jasa.....	47
3.6	Metode Perancangan Produk/Jasa .....	48
<b>BAB IV PERANCANGAN PROTOTYPE PRODUK/JASA.....</b>		<b>50</b>
4.1	<i>Timeline</i> dan Tahapan Perancangan Prototype Produk/Jasa .....	50
4.2	Uraian Perancangan Prototype Produk/Jasa .....	53
4.2.1	Perancangan Brief Prototype Produk/Jasa.....	53
4.2.2	<i>Mind Mapping Brainstorming</i> .....	54
4.2.3	<i>Moodboard</i> .....	56
4.2.4	Perancangan Desain .....	57
4.2.5	Draft Desain .....	61
4.2.5	Revisi dan Finalisasi.....	62
4.3	Peran Penulis Dalam Perancangan Promosi Produk /Jasa.....	62
4.3.1	Proyek Perancangan Kampanye.....	62
4.3.2	Proyek Perancangan Media AISAS.....	105
4.3.3	Proyek <i>Merchandise</i> .....	147
4.4	Penentuan Vendor Prototype Produk /Jasa.....	151
4.5	Hasil Ujicoba Prototype Produk/Jasa.....	157
4.5.1	<i>Alpha Testing</i> .....	159
4.5.1	<i>Beta Testing</i> .....	158
4.6	Kendala yang Ditemukan .....	160
4.7	Solusi atas Kendala yang Ditemukan .....	161
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>162</b>
5.1	Simpulan.....	162
5.2	Saran.....	163
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>169</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>xv</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Deskripsi Waktu dan Prosedur MBKM.....	6
Tabel 3.1 Tabel Segmentasi, <i>Targeting</i> , dan <i>Posioting</i> Primer.....	22
Tabel 3.2 Tabel Segmentasi, <i>Targeting</i> , dan <i>Posioting</i> Sekunder .....	24
Tabel 3.3 Tabel Perbandingan Kompetitor .....	40
Tabel 3.4 Tabel Analisa SWOT.....	42
Tabel 4.1 Tabel <i>Timeline</i> Produksi Prototype Produk/Jasa .....	48
Tabel 4.2 Tahapan Perancangan Prototype Produk/Jasa.....	49
Tabel 4.3 <i>Creative Brief</i> .....	73
Tabel 4.4 Strategi Taktik dan Pesan.....	75
Tabel 4.5 Skenario Pesan AISAS .....	76
Tabel 4.6 Perancangan Model AISAS .....	77
Tabel 4.7 <i>Budget</i> Media AISAS .....	142
Tabel 4.8 <i>Budgeting Branding</i> .....	147
Tabel 4.9 Vendor <i>Website</i> AyoIntern.....	148



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Data Kelulusan di 2021 .....	8
Gambar 2.2 Data <i>Startup</i> di ASEAN 2024 .....	9
Gambar 2.3 Gambar <i>Business Modal Canvas</i> .....	13
Gambar 2.4 Logo AyoIntern .....	16
Gambar 2.5 Struktur Perusahaan AyoIntern .....	17
Gambar 2.6 Alur Koordinasi Tim AyoIntern .....	19
Gambar 2.7 Rumus Menghitung BEP .....	21
Gambar 3.1 Target Market Persona Primer .....	30
Gambar 3.2 Target Market Sekunder .....	31
Gambar 3.3 Brand <i>Positioning Map</i> .....	41
Gambar 3.4 Metode Perancangan Menurut <i>Robin Landa</i> .....	48
Gambar 4.1 <i>Mindmap</i> AyoIntern .....	55
Gambar 4.2 Opsi <i>Moodboard</i> .....	56
Gambar 4.3 <i>Moodboard</i> .....	57
Gambar 4.4 Opsi Logo .....	59
Gambar 4.5 Logo AyoIntern .....	59
Gambar 4.6 Media AyoIntern.....	60
Gambar 4.7 <i>Website</i> AyoIntern .....	60
Gambar 4.8 <i>Low Fidelity Website</i> AyoIntern.....	61
Gambar 4.9 <i>High Fidelity Website</i> AyoIntern.....	62
Gambar 4.10 Opsi Nama Kampanye AyoIntern.....	81
Gambar 4.11 Opsi <i>Tagline</i> Kampanye AyoIntern .....	82
Gambar 4.12 <i>Layout Grid</i> .....	83
Gambar 4.13 Sketsa <i>Key Visual</i> .....	84
Gambar 4.14 <i>Grid Key Visual</i> .....	85
Gambar 4.15 <i>Key Visual</i> .....	85
Gambar 4.16 Perancangan <i>Aisas Instagram</i> .....	86
Gambar 4.17 <i>Grid AISAS Instagram</i> .....	87
Gambar 4.18 <i>Grid AISAS Instagram Story</i> .....	88
Gambar 4.19 <i>Grid AISAS Instagram Story</i> .....	88
Gambar 4.20 Konten Pilar Tiktok .....	89
Gambar 4.21 AISAS Tiktok.....	90
Gambar 4.22 Tiktok AyoIntern .....	91
Gambar 4.23 Tiktok AyoIntern 2 .....	92
Gambar 4.24 <i>Storyboard 1</i> .....	92
Gambar 4.25 Video Tiktok 1.....	93
Gambar 4.26 <i>Storyboard 2</i> .....	93
Gambar 4.27 Video Tiktok 2.....	94
Gambar 4.28 <i>Storyboard 3</i> .....	94
Gambar 4.29 Video Tiktok 3.....	95
Gambar 4.30 <i>Google Ads, facebook Ads</i> .....	96

Gambar 4.31 <i>Grid Media Fisik Flyer</i> .....	97
Gambar 4.32 <i>Media Fisik Flyer</i> .....	98
Gambar 4.33 <i>Grid Media Fisik Poster</i> .....	99
Gambar 4.34 <i>Media Fisik Poster</i> .....	99
Gambar 4.35 <i>Grid Media Fisik Pamflet</i> .....	100
Gambar 4.36 <i>Media Fisik Pamflet</i> .....	100
Gambar 4.37 <i>Media Fisik Merchandise</i> .....	101
Gambar 4.38 <i>Grid Media Fisik X-Banner</i> .....	102
Gambar 4.39 <i>Media Fisik X-Banner</i> .....	102
Gambar 4.40 <i>Grid Media Fisik Banner</i> .....	103
Gambar 4.41 <i>Media Fisik Banner</i> .....	104
Gambar 4.42 <i>Grid Media Fisik Backdrop</i> .....	105
Gambar 4.43 <i>Media Fisik Backdrop</i> .....	105
Gambar 4.44 <i>QR Prototype</i> .....	110
Gambar 4.45 <i>Attention X-banner</i> .....	111
Gambar 4.46 <i>Attention Hanging Banner Landscape</i> .....	113
Gambar 4.47 <i>Attention Teaser Tiktok</i> .....	114
Gambar 4.48 <i>Attention Filter Frame Instagram for KOL</i> .....	115
Gambar 4.49 <i>Interest Instagram 1</i> .....	118
Gambar 4.50 <i>Interest Instagram 2</i> .....	118
Gambar 4.51 <i>Interest Instagram Feeds 1</i> .....	119
Gambar 4.52 <i>Interest Instagram Feeds 2</i> .....	120
Gambar 4.53 <i>Interest Instagram Feeds 3</i> .....	120
Gambar 4.54 <i>Interest Instagram Feeds 4</i> ... ..	121
Gambar 4.55 <i>Interest Instagram Feeds 5</i> .....	122
Gambar 4.56 <i>Interest Instagram Feeds 6</i> .....	123
Gambar 4.57 <i>Interest Instagram Feeds 7</i> .....	123
Gambar 4.58 <i>Interest Instagram Feeds 8</i> .....	125
Gambar 4.59 <i>Interest Instagram Feeds 9</i> .....	125
Gambar 4.60 <i>Interest Instagram Feeds 10</i> .....	126
Gambar 4.61 <i>Interest Instagram Feeds 11</i> .....	127
Gambar 4.62 <i>Interest Instagram Feeds 12</i> .....	128
Gambar 4.63 <i>Interest Instagram Story</i> .....	129
Gambar 4.64 <i>Interest Tiktok Content 1</i> .....	130
Gambar 4.65 <i>Interest Tiktok Content 2</i> .....	131
Gambar 4.66 <i>Interest Tiktok Content 3</i> .....	132
Gambar 4.67 <i>Interest Poster</i> .....	133
Gambar 4.68 <i>Interest Flyer</i> .....	134
Gambar 4.69 <i>Search Facebook Ads</i> .....	136
Gambar 4.70 <i>Search Google Ads</i> .....	136
Gambar 4.71 <i>Search Pamflet</i> .....	138
Gambar 4.72 <i>Action Booth</i> .....	139
Gambar 4.73 <i>Action Backdrop</i> .....	140

Gambar 4.74 <i>Action AI Snap Booth</i> .....	141
Gambar 4.75 <i>Peta Action AI Snap Booth</i> .....	142
Gambar 4.76 <i>Profile Action AI Snap Booth</i> .....	143
Gambar 4.77 <i>Brochure CV</i> .....	144
Gambar 4.78 <i>Design brochure CV</i> .....	144
Gambar 4.79 <i>Pop-Up banner</i> .....	145
Gambar 4.80 <i>Share Merchandise</i> .....	146
Gambar 4.81 <i>Share Filter Instagram</i> .....	147
Gambar 4.82 <i>Merchandise Pulpen</i> .....	149
Gambar 4.83 <i>Merchandise Buku Jurnal</i> .....	150
Gambar 4.84 <i>Merchandise Pin</i> .....	151
Gambar 4.85 <i>Merchandise Paper Bag</i> .....	152
Gambar 4.86 <i>Website Idris Sukses...</i> .....	155
Gambar 4.87 <i>Website Labagus Printing</i> .....	156
Gambar 4.88 <i>Gambar Booth Exhibition</i> .....	157

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A MBKM 01 ( <i>cover letter</i> ) .....	xvi
Lampiran B MBKM 02 (Kartu Identitas MBKM) .....	xvii
Lampiran C ( <i>Supervisor Daily Task</i> ) .....	xviii
Lampiran D (Lembar verifikasi Laporan) .....	xx
Lampiran E LoA ( <i>Letter of Acceptance</i> ) .....	xxi
Lampiran F LoC ( <i>Letter of Completion</i> ) .....	xxii
Lampiran G Kuesioner <i>Google Form</i> .....	xxiii
Lampiran H Kuesioner Instagram .....	xxvii
Lampiran I Wawancara Narasumber Mahasiswa .....	xxix
Lampiran J Wawancara Narasumber <i>startup</i> .....	xxxiii
Lampiran K <i>Alpha Testing</i> .....	xxxix
Lampiran L <i>Beta testing</i> .....	xxiv

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA