

**PERAN CUSTOMER ENGAGEMENT STRATEGIST DI PT  
OMNI DIGITAMA INTERNUSA (RUPARUPA)**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN MAGANG**

Disusun oleh:

**Michael Yawabadi**

**00000053700**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2024**

**PERAN CUSTOMER ENGAGEMENT STRATEGIST DI PT  
OMNI DIGITAMA INTERNUSA (RUPARUPA)**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN MAGANG**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen (S.M)

**Michael Yawabadi**  
**00000053700**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**  
**FAKULTAS BISNIS**  
**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**  
**TANGERANG**  
**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Michael Yawabadi

Nomor Induk Mahasiswa : 00000053700

Program studi : Manajemen

Laporan Magang dengan judul:

### **PERAN CUSTOMER ENGAGEMENT STRATEGIST DI PT OMNI DIGITAMA INTERNUSA (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 maupun dalam penulisan laporan magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 20 Mei 2024



A handwritten signature in black ink, appearing to be 'M. Yawabadi'.

Michael Yawabadi

## HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan MBKM dengan judul  
“PERAN CUSTOMER ENGAGEMENT STRATEGIST DI PT OMNI  
DIGITAMA INTERNUSA (RUPARUPA)”

Oleh

Nama	: Michael Yawabadi
NIM	: 00000053700
Program Studi	: Manajemen
Fakultas	: Bisnis

Telah disetujui untuk disajikan pada  
Sidang Ujian Magang Universitas Multimedia Nusantara

Dosen Pembimbing



Nosica Rizkalla. S.E., M.Sc.  
NIDN : 0320089001

Kepala Program Studi



Purnamaningsih.  
S.E.,M.S.M., C.B  
NIDN : 032304780

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul

### **PERAN CUSTOMER ENGAGEMENT STRATEGIST DI PT OMNI DIGITAMA INTERNUSA (RUPARUPA)**

Disusun Oleh:

Nama : Michael Yawabadi

NIM : 00000053700

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Jumat, 7 Juni 2024

Pukul 08.00 s/d 09.00 dan dinyatakan

**LULUS**

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing

Penguji

  
Nosica Rizkalla, S.E., M.S.c.  
0320089001

  
Purnamaningsih, S.E., M.S.M  
0323047801

Ketua Program Studi Manajemen

  
Purnamaningsih, S.E., M.S.M  
0323047801

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

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

Nama : Michael Yawabadi

NIM : 00000053700

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Jenis Karya : 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:

**PERAN CUSTOMER ENGAGEMENT STRATEGIST DI PT OMNI  
DIGITAMA INTERNUSA (RUPARUPA)**

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

Tangerang, 20 Mei 2024

Yang menyatakan,



Michael Yawabadi

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan Magang ini dengan judul: **“PERAN CUSTOMER ENGAGEMENT STRATEGIST DI PT OMNI DIGITAMA INTERNUSA (RUPARUPA)”** 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 sampai pada penyusunan laporan magang ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan laporan magang ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan yang Maha Esa yang telah membantu melancarkan proses magang ini
2. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Purnamaningsih, S.E.,M.S.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
5. Ibu Nosica Rizkalla, S.E., M.Sc., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
6. Kak Jessica Natania, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan Magang ini.
7. Ibu Purnamaningsih, S.E.,M.S.M, sebagai Penguji yang telah memberikan arahan dan saran selama sidang berlangsung
8. Kepada PT Omni Digitama Internusa (ruparupa) yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk menjalankan praktik kerja magang.
9. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Magang ini.

10. Seluruh anggota divisi Customer Engagement Strategist yang telah memberikan dukungan, semangat, serta bantuan selama menjalankan praktik kerja magang.
11. Jennifer Lopez yang telah mendampingi dan memberikan dukungan dan saran yang membangun kepada penulis selama praktik kerja magang dan pembuatan laporan magang.

Penulis berharap karya ilmiah ini dapat berjalan dengan baik dan memberikan manfaat bagi penulis dan para pembaca, khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 18 Mei 2024



Michael Yawabadi





# PERAN CUSTOMER ENGAGEMENT STRATEGIST DI PT OMNI DIGITAMA INTERNUSA (RUPARUPA)

Michael Yawabadi

## ABSTRAK

Konsumsi rumah tangga dengan sektor retail sebagai penggerak utama, merupakan komponen utama pendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia dengan kontribusi sebesar 53,18% di tahun 2023. ruparupa sebagai bentuk *e-commerce* dengan sistem omni channel menghadirkan pengalaman berbelanja retail terintegrasi secara online dan offline untuk berbagai produk milik Kawan Lama Group. Peluang ini mendasari penulis untuk melaksanakan praktik kerja magang sebagai *Customer Engagement Strategist* guna membantu memperkuat posisi ruparupa di benak pelanggan, khususnya pada generasi Z dan milenial. Penulis menggunakan konsep direct marketing, sebagaimana penulis berusaha menjalin hubungan langsung dengan pelanggan melalui push notifications sebagai channel komunikasi utama penulis untuk meningkatkan loyalitas pelanggan. Penulis juga menggunakan konsep *Design Graphic Communication* melalui pembuatan *copywriting* serta mock-up desain. Adapun kendala yang dialami penulis, yaitu terkait dengan pembuatan *copywriting* serta kurangnya proses *brainstorming* dengan supervisor. Secara keseluruhan, penulis mengalami perkembangan dari segi skills, yang meliputi kemampuan berpikir kritis dan kreatif, implementasi direct marketing, pembuatan *copywriting*, kemampuan berkomunikasi profesional, kerjasama tim, serta manajemen waktu. Terakhir, penulis dapat mempraktikkan keahlian di bidang manajemen pemasaran, dengan turut berkontribusi dalam menjalin hubungan positif dengan pelanggan melalui pemahaman kebutuhan dan keinginan pelanggan.

**Kata kunci:** Industri Retail, *E-commerce*, *Direct Marketing*, *Design Graphic Communication*, *Copywriting*.

***THE ROLE OF CUSTOMER ENGAGEMENT STRATEGIST AT  
PT OMNI DIGITAMA INTERNUSA (RUPARUPA)***

Michael Yawabadi

***ABSTRACT (English)***

*With the retail sector as the main driver, household consumption is the main component driving economic growth in Indonesia, contributing 53.18% in 2023. This form of e-commerce with an omni-channel system provides an integrated online and offline retail shopping experience for various products belonging to the Kawan Lama Group. This opportunity is the basis for the author to conduct an internship as a Customer Engagement Strategist to help strengthen their position in customers' minds, especially Generation Z and millennials. The author uses the direct marketing concept as the author tries to establish direct relationships with customers through push notifications as the author's main communication channel to increase customer loyalty. The author also uses the Design Graphic Communication concept through copywriting and design mock-ups. The obstacles experienced by the author were related to copywriting and the need for a brainstorming process with supervisors. Overall, the author has experienced development in terms of skills, which include the ability to think critically and creatively, implement direct marketing, copywriting, professional communication skills, teamwork, and time management. Finally, the author can practice marketing management skills by contributing to establishing positive relationships with customers through understanding customer needs and desires.*

***Keywords:*** Retail Industry, E-commerce, Direct Marketing, Design Graphic Communication, Copywriting.

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	2
HALAMAN PERSETUJUAN .....	3
HALAMAN PENGESAHAN .....	4
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	5
KATA PENGANTAR .....	6
ABSTRAK .....	8
<i>ABSTRACT (English)</i> .....	9
DAFTAR ISI .....	10
DAFTAR GAMBAR .....	11
DAFTAR LAMPIRAN .....	12
BAB I PENDAHULUAN .....	13
<b>1.1. Latar Belakang</b> .....	13
<b>1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang</b> .....	16
<b>1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang</b> .....	17
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....	20
<b>2.1. Tentang Kawan Lama Group</b> .....	20
<b>2.2. Tentang ruparupa</b> .....	20
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG .....	26
<b>3.1 Kedudukan dan Koordinasi</b> .....	26
<b>3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang</b> .....	28
<b>3.3 Kendala yang Ditemukan</b> .....	52
<b>3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan</b> .....	53
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN .....	54
<b>4.1 Simpulan</b> .....	54
<b>4.2 Saran</b> .....	55
DAFTAR PUSTAKA .....	57
DAFTAR LAMPIRAN .....	58

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Negara dengan Persentase Belanja Online Tertinggi .....	13
Gambar 2. 1 Logo Kawan Lama Group .....	20
Gambar 2. 2 Logo rugarupa .....	21
Gambar 2. 3 Bagan Struktur Perusahaan rugarupa .....	22
Gambar 3. 1 Bagan Divisi Customer Engagement rugarupa .....	26
Gambar 3. 2 Timeline Kerja Magang .....	29
Gambar 3. 3 Target audiens rugarupa .....	31
Gambar 3. 4 <i>Buyer persona</i> rugarupa .....	32
Gambar 3. 5 Contoh <i>breakdown category level 2</i> .....	33
Gambar 3. 6 Contoh Materi Komunikasi .....	34
Gambar 3. 7 Contoh <i>breakdown category level 3</i> .....	34
Gambar 3. 8 Contoh jadwal tayang materi komunikasi kategori kasur .....	35
Gambar 3. 9 Contoh pembuatan <i>custom segment</i> .....	37
Gambar 3. 10 Contoh komunikasi <i>category level</i> menggunakan LP cart .....	38
Gambar 3. 11 Contoh komunikasi BU menggunakan LP promo .....	39
Gambar 3. 12 Contoh <i>Copywriting Abandoned Search</i> .....	40
Gambar 3. 13 Contoh Tampilan <i>Conditional Split Abandoned Search</i> .....	42
Gambar 3. 14 Contoh Tampilan <i>Push Notifications Abandoned Search</i> .....	42
Gambar 3. 15 <i>Mock-up Pop Up Banner</i> Pet Kingdom .....	45
Gambar 3. 16 <i>Mock-up Pop Up Banner</i> ACE .....	45
Gambar 3. 17 <i>Mock-up Pop Up Banner</i> INFORMA dibawah Rp300 Ribu .....	46
Gambar 3. 18 <i>Mock-up Pop Up Banner</i> Pet Kingdom dibawah Rp300 Ribu .....	46
Gambar 3. 19 <i>Mock-up Pop Up Banner</i> ACE New Rappers .....	47
Gambar 3. 20 <i>Mock-up Pop Up Banner</i> Scan & Shop .....	47
Gambar 3. 21 <i>Mock-up Email</i> ATARU New Arrival .....	48
Gambar 3. 22 <i>Mock-up Page Banner</i> .....	49
Gambar 3. 23 Talent Konten Tipe – Tipe Keluarga saat Imlek .....	50
Gambar 3. 24 Talent Konten Anniversary rugarupa .....	51
Gambar 3. 25 Creative Brief Microsite Jasa Perakitan .....	52

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pengantar MBKM - MBKM 01 .....	58
Lampiran 2 Kartu MBKM - MBKM 02 .....	59
Lampiran 3 Daily Task MBKM - MBKM 03 .....	60
Lampiran 4 Lembar Verifikasi Laporan MBKM - MBKM 04.....	86
Lampiran 5 Surat Penerimaan MBKM (LoA) .....	87
Lampiran 6 Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin .....	88
Lampiran 7 Dokumentasi Selama Kegiatan Magang.....	89