

**PERAN *MARKETING INTERN* DALAM DEPARTEMEN
MARKETING DI PT OPTIK TUNGGAL SEMPURNA**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Matthew Johanes Eliezer

0000056023

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

**PERAN *MARKETING INTERN* DALAM DEPARTEMEN
MARKETING DI PT OPTIK TUNGGAL SEMPURNA**



LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen (S. M.)

Matthew Johanes Eliezer

00000056023

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

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Matthew Johanes Eliezer

Nomor Induk Mahasiswa : 00000056023

Program studi : Manajemen

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

PERAN *MARKETING INTERN* DALAM DEPARTEMEN MARKETING DI PT OPTIK TUNGGAL SEMPURNA

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, <<Tanggal Sidang>>



(Matthew Johanes Eliezer)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan praktik kerja magang ini dengan judul: “Peran *Marketing Intern* dalam Departemen Marketing di PT Optik Tunggal Sempurna” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar S1 Jurusan Manajemen Pada Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ibu Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Ibu Dora Ramasli, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Kepada Perusahaan PT Optik Tunggal Sempurna
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini..
8. Manajer dan seluruh staf marketing PT Optik Tunggal Sempurna yang telah membimbing dan selalu bersedia membantu Penulis selama masa praktik kerja magang.
9. Teman-teman yang telah mendukung, memotivasi, dan mendampingi Penulis dalam pembuatan laporan ini.

PERAN *MARKETING INTERN* DALAM DEPARTEMEN

MARKETING DI PT OPTIK TUNGGAL SEMPURNA

Matthew Johanes Eliezer

ABSTRAK

Dengan perkembangan teknologi, internet dan media sosial menjadi salah satu hal yang penting dalam melakukan kegiatan pemasaran di perusahaan. Strategi yang seringkali digunakan adalah *online marketing* yang memanfaatkan teknologi internet untuk memasarkan produk atau jasa perusahaan. Pengguna internet di Indonesia terus mengalami peningkatan, begitu juga dengan penggunaan platform media sosial seperti Instagram, TikTok, Facebook, WhatsApp, YouTube dan sebagainya. Perusahaan memanfaatkan hal ini dengan melakukan pemasaran dalam platform media sosial tersebut dengan bekerjasama dengan para *Key Opinion Leader* (KOL) untuk memasarkan produk nya dan memproduksi konten untuk diunggah ke media sosial. PT Optik Tunggal Sempurna sebagai perusahaan sudah mengimplementasikan pemasaran digital. Penulis tertarik untuk melakukan praktik kerja magang di PT Optik Tunggal Sempurna untuk mempelajari berbagai strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan dan bagaimana proses pembuatan konten serta kampanye pemasaran digital. Melalui praktik kerja magang ini, Penulis memperoleh pengalaman bekerja yang berharga serta dapat mempelajari kegiatan pemasaran digital dalam lingkup dunia kerja yang nyata.

Kata kunci: media sosial, *online marketing*, *key opinion leader*, pemasaran digital

THE ROLE OF MARKETING INTERN IN THE MARKETING

DEPARTMENT AT PT OPTIK TUNGGAL SEMPURNA

Matthew Johanes Eliezer

ABSTRACT (English)

With the advancement of technology, the internet and social media have become essential tools for marketing activities within companies. A frequently used strategy is online marketing, which leverages internet technology to promote a company's products or services. Internet usage in Indonesia continues to rise, as does the use of social media platforms like Instagram, TikTok, Facebook, WhatsApp, YouTube, and others. Companies take advantage of this by conducting marketing on these social media platforms and collaborating with Key Opinion Leaders (KOL) to promote their products and produce content for social media uploads. PT Optik Tunggal Sempurna has already implemented digital marketing strategies. The author is interested in undertaking an internship at PT Optik Tunggal Sempurna to study the various marketing strategies employed by the company and understand the content creation process as well as digital marketing campaigns. Through this internship, the author gains valuable work experience and can learn about digital marketing activities within the real-world work environment.

Keywords: *social media, online marketing, key opinion leader, digital marketing*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	3
HALAMAN PERSETUJUAN	4
HALAMAN PENGESAHAN	5
KATA PENGANTAR	7
ABSTRAK	9
ABSTRACT (English)	10
BAB I	13
1.1 Latar Belakang	13
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang	17
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	18
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	18
1.3.2 Prosedur Kerja Magang	19
BAB II	21
2.1 Tentang Perusahaan	21
2.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	21
2.1.2 Logo Perusahaan	22
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	23
BAB III	25
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	25
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	26
3.2.1 Memikirkan dan membuat konsep konten yang sesuai dengan identitas brand perusahaan	30
3.2.2 Membuat draft konten untuk sosial media perusahaan	33
3.2.3 Melakukan komunikasi dengan digital agency	35
3.2.4 Menjadi talent dalam membuat konten di store Optik Tunggul 38	
3.2.5 Memikirkan dan membuat konsep foto produk pada satu bulan..	39
3.2.6 Membuat caption untuk konten Instagram	41
3.2.7 Membuat list kebutuhan properti shooting untuk foto produk ..	43
3.2.8 Melakukan shooting untuk foto dan video produk	44
3.2.9 Membuat scope of work dan proposal untuk diberikan kepada KOL	46
3.2.10 Mengikuti morning briefing secara rutin	48
3.2.11 Membantu membuat konten selama event di acara marketing	48
3.3 Kendala Yang Ditemukan	57

3.4 Solusi Atas Kendala Yang Ditemukan.....58
BAB IV..... 60

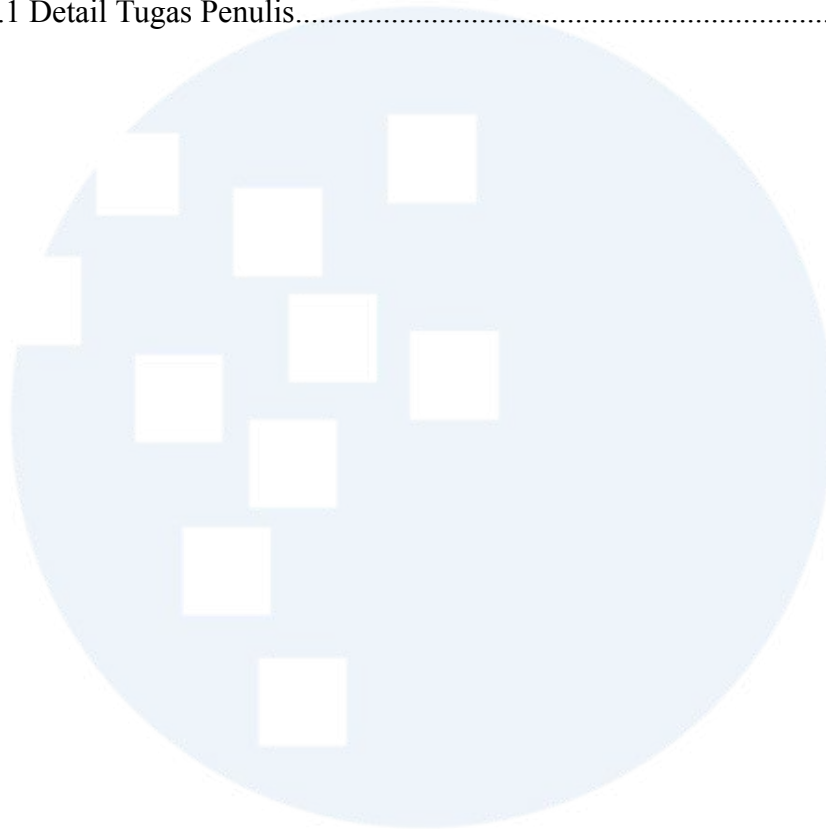


UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Detail Tugas Penulis.....33



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penetrasi Internet di Indonesia Menurut APJII.....	19
Gambar 1.2 Aplikasi Media Sosial Dengan Pengguna Terbanyak.....	20
Gambar 2.1 Logo Optik Tunggal.....	28
Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Optik Tunggal Sempurna.....	30
Gambar 2.3 Departemen Marketing.....	31
Gambar 3.1 Struktur Koordinasi Penulis.....	34
Gambar 3.2 Konsep Konten KOL.....	41
Gambar 3.3 Referensi Konsep Konten.....	42
Gambar 3.4 Draft Konten.....	44
Gambar 3.5 Konten Berdasarkan Draft.....	45
Gambar 3.6 Kalender Marketing Product.....	46
Gambar 3.7 Chat Group WhatsApp Bersama Digital Agency.....	48
Gambar 3.8 Contoh Konten Instagram.....	49
Gambar 3.9 Contoh Konsep Foto Bulan Maret.....	51
Gambar 3.10 Contoh Hasil Foto Produk.....	52
Gambar 3.11 Contoh Penulisan Caption Konten Produk.....	53
Gambar 3.12 Penulisan Caption Games dan Eye Tips.....	54
Gambar 3.13 List Properti Kebutuhan Photoshoot.....	55
Gambar 3.14 Video Unboxing.....	56
Gambar 3.15 Scope of Work.....	60
Gambar 3.16 Do's and Don'ts.....	60
Gambar 3.17 Suasana di Event Reopening Store.....	62
Gambar 3.18 ZEISS Visufit 1000.....	63
Gambar 3.19 Foto Model.....	64
Gambar 3.20 Speech Representatif ZEISS.....	66
Gambar 3.21 KOL Wanda Ponika dalam Event.....	67
Gambar 3.22 Trunk Show.....	69
Gambar 3.23 Program CSR Optik Tunggal.....	70

DAFTAR LAMPIRAN

A. Surat Pengantar MBKM.....	84
B. Kartu MBKM 02.....	85
C. Daily Task Kewirausahaan (MBKM 03).....	86
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04).....	104
E. Surat Penerimaan MBKM (LoA).....	105
F. Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin.....	106

