

3. Mahasiswa yang akan magang

- Manajemen Waktu yang Efektif: Menggunakan alat manajemen waktu dan proyek untuk mengatur tugas akademik dan pekerjaan magang.
- Mempelajari Kompetitor dan Audiens: Melakukan riset mandiri tentang strategi pemasaran kompetitor dan perilaku audiens.
- Kreativitas dalam Pemasaran: Berani bereksperimen dengan ide-ide baru dalam pemasaran digital.
- Kolaborasi dan Komunikasi Tim: Mengembangkan kemampuan komunikasi dan kolaborasi dalam tim untuk mengatasi tantangan dan menghasilkan ide-ide inovatif.

DAFTAR PUSTAKA

Annur, C. M. (2024, maret 01). *Ini Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia Awal 2024*. Retrieved from Katadata media network:

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024>

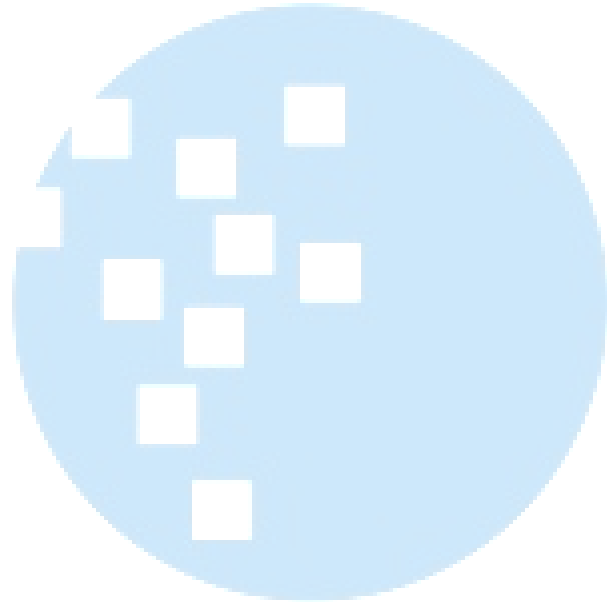
Asyir, A. K. (2019). Konvergensi Media dan Mediamorfosis: Strategi Digitalisasi Majalah Moeslim Choice dalam Proses Transformasi Basis Kerja. *Jurnal Studi Jurnalistik*.

Fashion sumbang 30% pendapatan industri kreatif. (2014, November 02). Retrieved from Kontan.co.id: <https://industri.kontan.co.id/news/fashion-sumbang-30-pendapatan-industri-kreatif>

Raja Aplikasi Terbaru di RI, Ternyata Bukan WhatsApp-Instagram. (2024, FEBRUARY 26). Retrieved from CNBC:

<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20240226153650-37-517653/raja-aplikasi-terbaru-di-ri-ternyata-bukan-whatsapp->

(Asyir, 2019)



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA