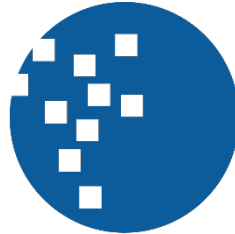


**AKTIVITAS DIGITAL MARKETING DI PT. ACOM DIGITAL KREASI**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

**Rizqi Faradina Safitri**

**00000038490**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2024**

**AKTIVITAS DIGITAL MARKETING DI PT. ACOM DIGITAL KREASI**



**LAPORAN MAGANG**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I Kom)

**Rizqi Faradina Safitri**

**00000038490**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2024**

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

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

Nama : Rizqi Faradina Safitri  
NIM : 00000038490  
Program Studi : Strategic Communication  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
JenisKarya : 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: Aktivitas digital marketing di PT. Acom Digital Kreasi 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 tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 12 Juni 2023

Yang menyatakan,



(Rizqi Faradina Safitri)

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Rizqi Faradina Safitri  
Nomor Induk Mahasiswa : 00000038490  
Program studi : Strategi Communication

Laporan Magang dengan judul:

Aktivitas digital marketing di PT. Acom Digital Kreasi yang 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, 12 Juni 2024



Rizqi Faradina Safitri

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul  
Aktivitas digital marketing di PT. Acom Digital Kreasi

Oleh

Nama : Rizqi Faradina Safitri  
NIM : 00000038490  
Program Studi : Strategic Communication  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

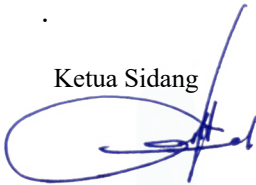
Telah diujikan pada hari Selasa, 18 Juni 2024

Pukul 17.00 s/d 19.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut

Ketua Sidang




**Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.Ikom., M.Ikom.**  
NIDN 03270190001

Penguji



**Charlie Tjikrodinata, S.Kom., M.Sc.**  
NIDN 0324098002

Pembimbing



**Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.Ikom., M.Ikom.**  
NIDN 03270190001

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi



**Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si**  
NIDN 0304078404

iii

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul: Aktivitas digital marketing di PT. Acom Digital Kreasi dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Komunikasi Jurusan Ilmu Komunikasi Pada 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. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Dosen Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.Ikom., M.Ikom. sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Mas Leonardo Piekly Rumintan sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan Kepada Perusahaan PT. Acom Digital Kreasi
6. Teman – teman penulis Kiki, Indira, Guntur , Fikri dan Aisyah.

Semoga karya ilmiah ini menjadi hal yang baik bagi pelaksana magang, bimbingan lapangan serta tempat program magang liberlangsung.

Tangerang, 12 June 202



Rizqi Faradina Safitri

# AKTIVITAS DIGITAL MARKETING DI PT. ACOM DIGITAL KREASI

Rizqi Faradina Safitri

## ABSTRAK

PT. Acom Digital Kreasi adalah perusahaan agensi iklan berbasis digital yang menyediakan layanan pemasaran dan periklanan. Perusahaan ini memanfaatkan platform media sosial untuk mendukung aktivitas pemasaran mereka. PT. Acom Digital Kreasi memilih iklan berbasis digital karena banyak konsumen menghabiskan waktu mereka secara *online*, baik di media sosial maupun *e-commerce*. Melalui pemasaran digital, perusahaan dapat menjangkau audiens yang lebih luas di platform Instagram dengan menciptakan kampanye yang efektif dan menarik calon pembeli. Di tengah persaingan yang ketat, pemasaran digital memberikan kesempatan untuk mencapai tujuan dengan strategi seperti kampanye iklan dan interaksi dengan target audiens. Penulis memilih PT. Acom Digital Kreasi sebagai tempat pelaksanaan magang dikarenakan penulis memiliki ketertarikan untuk mengetahui lebih dalam mengenai pemasaran digital. Waktu pelaksanaan magang berjumlah 640 jam dan penulis ditempatkan di divisi *performance marketing*. Tujuan dari magang ini adalah untuk mengimplementasikan konsep ilmu *Digital Marketing* dalam lingkungan kerja nyata. Terdapat beberapa kendala yang dihadapi seperti diantaranya kurangnya komunikasi antar divisi yang memiliki pendapat berbeda, pekerjaan dengan timeline yang bertabrakan, serta tanggung jawab atas KPI yang telah ditetapkan dengan anggaran yang sudah disesuaikan. Untuk mengatasi kendala tersebut, solusi yang penulis terapkan adalah berkomunikasi dan mencapai kesepakatan yang baik antara kedua belah pihak, menyusun timeline prioritas pekerjaan, serta meminta pengecekan anggaran kepada supervisor untuk memastikan anggaran tidak terbuang dan KPI tercapai. Melalui program magang di PT. Acom Digital Kreasi ini, penulis berharap dapat meningkatkan keterampilan dan mengembangkan kemampuan diri untuk di kemudian hari.

Kata kunci :Agency, Iklan, Performance

## **ACTIVITIES OF DIGITAL MARKETING PT. ACOM DIGITAL CREATION**

Rizqi Faradina Safitri

### ***ABSTRACT (English)***

*PT. Acom Digital Kreasi is a digital-based advertising agency company that provides marketing and advertising services. This company utilizes social media platforms to support their marketing activities. PT. Acom Digital Kreasi chose digital-based advertising because many consumers spend their time online, both on social media and e-commerce. Through digital marketing, companies can reach a wider audience on the Instagram platform by creating effective campaigns and attracting potential buyers. In the midst of intense competition, digital marketing provides an opportunity to achieve goals with strategies such as advertising campaigns and interaction with the target audience. The author chose PT. Acom Digital Kreasi is a place to carry out internships because the author has an interest in knowing more about digital marketing. The internship period was 640 hours and the author was placed in the performance marketing division. The aim of this internship is to implement Digital Marketing science concepts in a real work environment. There are several obstacles faced, such as a lack of communication between divisions that have different opinions, work with conflicting timelines, and responsibility for KPIs that have been set with adjusted budgets. To overcome these obstacles, the solution that the author applies is to communicate and reach a good agreement between both parties, develop a work priority timeline, and ask the supervisor to check the budget to ensure the budget is not wasted and KPIs are achieved. Through an internship program at PT. Acom Digital This creation, the author hopes can improve skills and develop personal abilities for the future..*

*Keywords: Advertising, Agency, performance*



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b>	i
<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</b>	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	iii
<b>KATA PENGANTAR</b>	iv
<b>ABSTRAK</b>	v
<i>ABSTRACT (English)</i>	vi
<b>DAFTAR ISI</b>	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	viii
<b>DAFTAR TABEL</b>	ix
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang	4
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	4
<b>BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b>	6
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	6
2.1.1 Visi Misi	8
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	8
<b>BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG</b>	11
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	11
3.2 Tugas Kerja Magang	11
3.3 Uraian Kerja Magang	14
3.4 Kendala yang Ditemukan	28
3.5 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	29
<b>BAB IV SIMPULAN DAN SARAN</b>	31
4.1 Simpulan	31
4.2 Saran	32
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	34
<b>LAMPIRAN</b>	36

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 PT. Acom Digital Kreasi	6
Gambar 2. 2 Logo Acom Digital Kreasi	7
Gambar 2. 9 struktur PT. Acom Digital Kreasi	8
Gambar 3. 1 Bukti Ads brand Harmony	15
Gambar 3. 2 Bukti Ads brand Adira retainer	15
Gambar 3. 3 Bukti Ads Brand Burgari	15
Gambar 3. 4 Bukti Ads Mila D'Opiz	16
Gambar 3. 5 Bukti Monitoring Ads brand Harmony	17
Gambar 3. 6 Bukti Monitoring Ads brand Adira retainer	17
Gambar 3. 7 Bukti Monitoring Ads Burgari	17
Gambar 3. 8 Bukti Monitoring Ads Mila D'Opiz	18
Gambar 3. 9 Bukti Ads Harmony di Tiktok	18
Gambar 3. 10 Bukti Monthly report harmony	19
Gambar 3. 11 Bukti Report brand Mila D'Opiz	19
Gambar 3. 12 Bukti Report Ads Burgari	20
Gambar 3. 13 Bukti daily report ads cpas harmony	20
Gambar 3. 14 Bukti Daily Ads CPAS Burgari	20
Gambar 3. 15 Bukti Report ads Adira	21
Gambar 3. 16 Bukti daily upadate Mila D'Opiz	21
Gambar 3. 17 Bukti report CPAS ads platform Meta	21
Gambar 3. 18 Bukti menghitung budget brand Harmony	22
Gambar 3. 19 Bukti menghitung budget brand Mila D' Opiz	22
Gambar 3. 20 Bukti hitungan brand Burgari	23
Gambar 3. 21 Mengatur timeline konten harmony bulan February	24
Gambar 3. 22 Mengatur timeline konten harmony bulan February	24
Gambar 3. 23 Bukti talent brand harmony tiktok	25
Gambar 3. 24 Bukti talent brand harmony Instagram	25
Gambar 3. 25 Bukti meeting online Bersama Client	26
Gambar 3. 26 Bukti ikut membantu membuat konten Sunco	27
Gambar 3. 27 Workflow Diagram	28

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Tugas Kerja Magang	13
Tabel 3. 2 Pekerjaan Tambahan	13

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1 Surat Pengantar MBKM (MBKM 01)</b>	36
<b>Lampiran 2 Kartu MBKM (MBKM 02)</b>	37
<b>Lampiran 3 Daily Task Kewirausahaan (MBKM 03)</b>	38
<b>Lampiran 4 Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04)</b>	49
<b>Lampiran 5 pengecekan hasil Turnitin</b>	50