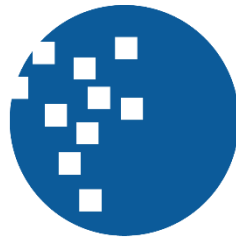


**KEGIATAN CUSTOMER ENGAGEMENT STRATEGIST
INTERN PADA E-COMMERCE RUPARUPA**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

TIRZA REPHAELICA RAMBITAN

00000047874

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

**KEGIATAN CUSTOMER ENGAGEMENT STRATEGIST
INTERN PADA E-COMMERCE RUPARUPA**



LAPORAN MAGANG

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

TIRZA REPHAELICA RAMBITAN

00000047874

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Tirza Rephaelica Rambitan

Nomor Induk Mahasiswa : 00000047874

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

KEGIATAN CUSTOMER ENGAGEMENT STRATEGIST INTERN PADA E-COMMERCE 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 skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, Maret 2024



(Tirza Rephaelica Rambitan)

UMMNI
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul

KEGIATAN CUSTOMER ENGAGEMENT STRATEGIST INTERN PADA E-COMMERCE RUPARUPA

Oleh

Nama : Tirza Rephaelica Rambitan

NIM : 00000047874

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 4 Juni 2024

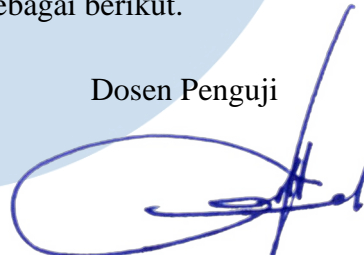
Pukul 10.00 s.d 11.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Dosen Penguji



Ariel Barlian Obadyah, S.Sos.,

Theresia Lavietha Vivrie Lolita,

M.I.Kom.

S.I.Kom, M.I.Kom.

NIDN 0328058106

NIDN 0327019001

Dosen Pembimbing



Ariel Barlian Obadyah, S.Sos., M.I.Kom.

NIDN 0328058106

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.

NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Tirza Rephaelica Rambitan

NIM : 00000047874

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya Ilmiah : 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:

KEGIATAN CUSTOMER ENGAGEMENT STRATEGIST INTERN PADA E-COMMERCE RUPARUPA

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 tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, Maret 2024

Yang menyatakan,

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA


(Tirza Rephaelica Rambitan)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul:

“KEGIATAN CUSTOMER ENGAGEMENT STRATEGIST INTERN E-COMMERCE RUPARUPA”. Pemegang menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan magang ini, sangatlah sulit untuk menyelesaikan laporan magang ini. Oleh karena itu, pemegang mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Ariel Barlian Obadyah, S.Sos., M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah secara konsisten memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas selesainya laporan magang ini.
5. Ibu Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku Dosen penguji yang telah memberikan masukan beserta arahan pada saat sidang magang.
6. Jessica Natania selaku Pembimbing Lapangan di PT. Omni Digitama Internusa (ruparupa).
7. Keluarga dan orang tua yang selalu memberikan dukungan secara spiritual, moral, dan material sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Teman-teman terdekat yang setia memberikan dukungan, motivasi dan yang selalu mendengarkan keluh kesah sekaligus selebrasi dengan saya selama proses magang ini berlangsung hingga pada akhirnya selesai.

Semoga laporan magang ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi ke depannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, Maret 2024



(Tirza Rephaelica Rambitan)



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

KEGIATAN CUSTOMER ENGAGEMENT STRATEGIST INTERN PADA E-COMMERCE RUPARUPA

Tirza Rephaelica Rambitan

ABSTRAK

Semakin berkembangnya aktivitas jual beli dengan adanya pengaruh besar dari kemajuan teknologi yang menciptakan banyaknya aktivitas transaksional secara daring. Kerja magang ini dilaksanakan dengan tujuan dikarenakan pemegang memiliki ketertarikan untuk mempelajari mengenai industry *e-commerce* terutama pada penyampaian komunikasi melalui *push notification* dan *email marketing*. Pemegang memilih ruparupa sebab perusahaan tersebut merupakan salah satu *e-commerce* lokal yang menggunakan konsep *omnichannel* serta menghadirkan layanan *Store Pick Up Services* (STOPS). Pemegang memilih posisi sebagai *Customer Engagement Strategist* yang memiliki tanggung jawab atas saluran-saluran komunikasi *own-channel* ruparupa (PT. Omni Digitama Internusa) seperti *push notification*, *email marketing*, *pop-up banner*, dan *flow automation*. Konsep yang diangkat dalam laporan magang ini adalah konsep *Customer Relationship Management* (CRM). Kendala utama pemegang saat menjalankan proses kerja magang adalah terdapat kurangnya evaluasi secara rutin mengenai pekerjaan yang ditugaskan kepada pemegang. Kesimpulan yang didapatkan setelah pemegang menjalankan aktivitas magang selama 640 jam, adalah bahwa memahami data *traffic* yang masuk ke dalam *website* maupun aplikasi dan penulisan *copywriting* yang menarik merupakan salah satu hal terpenting dalam menentukan materi komunikasi yang ingin disampaikan kepada pelanggan sebuah *e-commerce*.

Kata kunci: *e-commerce*, *customer engagement strategist*, *ruparupa*

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

CUSTOMER ENGAGEMENT STRATEGIST (INTERN) ACTIVITY AT RUPARUPA E-COMMERCE

Tirza Rephaelica Rambitan

ABSTRACT

Due to the increasing development of buying and selling activities due to the great influence of technological advances which have created many online transactional activities. Choosing to intern at ruparupa was to fulfil the purpose of the interest in learning about the e-commerce industry, especially the communication method that digital businesses use in delivering messages to their audience via communication channels such as push notifications and email marketing. The decision to intern at ruparupa was because the company itself is one of Indonesia's many e-commerce that applied the omnichannel concept and provides a Store Pick Up Services (STOPS) experience. As a Customer Engagement Strategist Intern, the author was responsible for helping the team create communication materials that will be published on ruparupa's own channels such as push notifications, email marketing, pop-up banners, and flow automation. This internship report used the Customer Relationship Management (CRM) concept. The main obstacle throughout the internship process was the lack of being given regular evaluations by the field supervisor regarding the work assigned to the author. After 640 hours carrying out this internship, the conclusion found is that understanding traffic data and writing convincing copywriting is significant in determining as well as writing communication materials to be delivered to e-commerce audience.

Keywords: e-commerce, customer engagement strategist intern, ruparupa

UMN

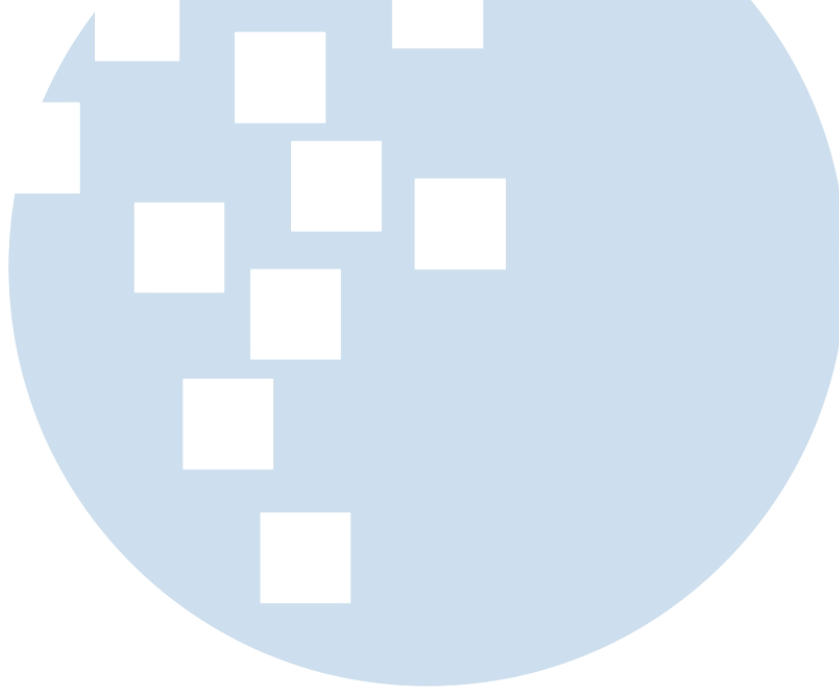
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang	3
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	4
BAB II GAMBARAN PERUSAHAAN	6
2.1 Tentang Kawan Lama Group	6
2.2 Tentang PT Omni Digitama Internusa (ruparupa)	7
2.3 Visi Misi PT Omni Digitama Internusa	8
2.4 Struktur Organisasi PT Omni Digitama Internusa	9
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	12
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang	12
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang	14
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	29
4.1 Simpulan	29
4.2 Saran	30
LAMPIRAN	34

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Tugas Utama Customer Engagement Strategist Intern 15
Tabel 3. 2 Tugas Tambahan Customer Engagement Strategist Intern..... 15
Tabel 3. 3 Lini Masa Kegiatan Praktik Magang di PT. Omni Digitama Internusa 16



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Ecommerce: Consumer Goods Categories.....	2
Gambar 2. 1 Logo Kawan Lama Group.....	6
Gambar 2. 2 Merek Usaha Kawan Lama Group.....	7
Gambar 2. 3 Merek Usaha PT Omni Digitama Internusa.....	7
Gambar 2. 4 Struktur Organisasi PT Omni Digitama Internusa	10
Gambar 2. 5 Struktur Organisasi Tim Customer Engagement	11
Gambar 3. 1 Wording Judul dan Sub-Judul Push Notification Pemegang	21
Gambar 3. 2 Tangkapan Layar Penulisan Copy pada Situs Internal ruparupa	22
Gambar 3. 3 Tangkapan Layar Hasil Tulisan Copy pada Website ruparupa.....	22
Gambar 3. 4 Google Spreadsheet Daily Traffic Monitoring.....	24
Gambar 3. 5 Google Spreadsheet Laporan Data Bulanan Push Notification	24
Gambar 3. 6 Google Spreadsheet List Produk 2023	25
Gambar 3. 7 Tampilan Email dengan Produk yang Didaftarkan Pemegang	26
Gambar 3. 8 Tampilan Pertanyaan Survei di Google Spreadsheet “Survey Active, Defecting, Inactive Users”	27

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A Struktur Organisasi Departemen Marketing dalam PT. Omni Digitama Internusa (ruparupa)	34
LAMPIRAN B Wording Judul dan Sub-judul Push Notification Penulis.....	34
LAMPIRAN C Hasil Tangkapan Layar Data Entry	35
LAMPIRAN D Hasil Tangkapan Layar Product Listing.....	35
LAMPIRAN E Tangkapan Layar Hasil List Produk pada Pesan Email Marketing	36
LAMPIRAN F Tangkapan Layar Pertanyaan Survey	36
LAMPIRAN G Tangkapan Layar Penulisan Copy pada Situs Internal ruparupa	37
LAMPIRAN H Tangkapan Layar Hasil Tulisan Copy pada Website ruparupa...	37
LAMPIRAN I Hasil Turnitin	44
LAMPIRAN J KM-01 Cover Letter	38
LAMPIRAN K KM-02 Track 1 Card	39
LAMPIRAN L KM-03 Daily Task	40
LAMPIRAN M KM-04 Formulir Verifikasi Laporan	41

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA