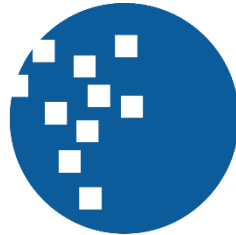


**PERAN *STRATEGIC PLANNER* DI FUTURE CREATIVE  
NETWORK (FINCH AGENCY)**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN MAGANG**

**CLIFFORD AARON DARMAWAN**

**0000053790**

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

**2024**

**PERAN *STRATEGIC PLANNER* DI FUTURE CREATIVE  
NETWORK (FINCH AGENCY)**



**LAPORAN MAGANG**

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

**CLIFFORD AARON DARMAWAN**

**00000053790**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Clifford Aaron Darmawan

Nomor Induk Mahasiswa : 00000053790

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

### **PERAN *STRATEGIC PLANNER* DI FUTURE CREATIVE NETWORK (FINCH AGENCY)**

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 praktik magang maupun dalam penulisan laporan magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk praktik magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 31 Mei 2024



(Clifford Aaron Darmawan)

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul  
PERAN *STRATEGIC PLANNER* DI FUTURE CREATIVE NETWORK (FINCH  
AGENCY)

Oleh

Nama : Clifford Aaron Darmawan  
NIM : 00000053790  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Jumat, 7 Juni 2024  
Pukul 08.00 s/d 09.00 dan dinyatakan  
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



**Dian Nuranindya, S.E., M.Si.**

**NIDN 0314128502**

Penguji



**Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si**

**NIDN 0304078404**

Pembimbing



**Dian Nuranindya, S.E., M.Si.**

**NIDN 0314128502**

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



**Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si**

**NIDN 0304078404**

iii

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

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

Nama : Clifford Aaron Darmawan

NIM : 00000053790

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya Ilmiah : Laporan Magang

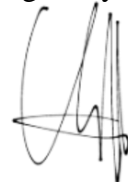
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PERAN *STRATEGIC PLANNER* DI *FUTURE CREATIVE NETWORK* (FINCH AGENCY)**

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

Tangerang, 31 Mei 2024

Yang menyatakan,



(Clifford Aaron Darmawan)

## KATA PENGANTAR

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

### **PERAN *STRATEGIC PLANNER* DI *FUTURE CREATIVE NETWORK***

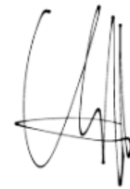
**(FINCH AGENCY)** dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan magang ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan laporan magang ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

Mengucapkan terima kasih

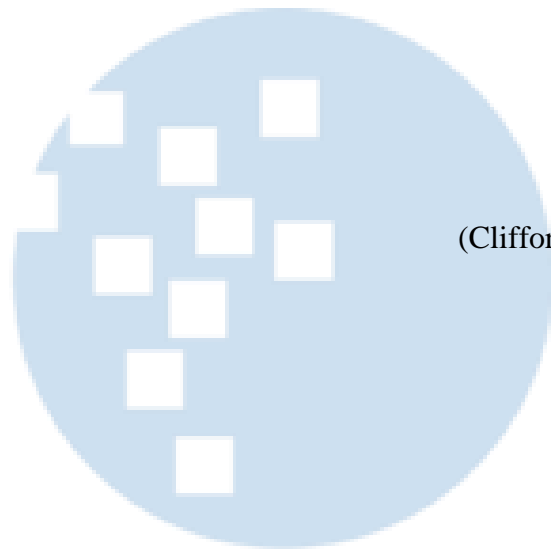
1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Dian Nuranindya, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan motivasi untuk penyelesaian praktik magang dan laporan magang ini.
5. Bapak/Ibu Dosen selaku Ketua Sidang dan Bapak/Ibu Dosen selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga saya dapat menyelesaikan praktik magang ini.
7. Tim Departemen *Strategist* di Finch Agency yang menemani dan membimbing saya selama proses magang yaitu Tyas Seruny.
8. Teman-teman dekat saya dan teman yang saya buat selama proses magang di Finch Agency seperti Chandra Wiryananda, Gilbert Jonathan, David Leonardo, Bintang Sakha, Rifqi Hernandi, Evan, dan yang lainnya yang telah membantu dan mendukung saya dalam proses aktivitas magang.

Semoga laporan praktik magang ini dapat memberikan inspirasi, semangat, dan pengetahuan yang berguna bagi pembaca, terutama mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara, untuk aktivitas mereka ke depannya.

Tangerang, 31 Mei 2024



(Clifford Aaron Darmawan)



UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# PERAN *STRATEGIC PLANNER* DI FUTURE CREATIVE NETWORK (FINCH AGENCY)

Clifford Aaron Darmawan

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan digital membuat semua sektor ekonomi, termasuk industri agensi periklanan, untuk beradaptasi sebagai bentuk mempertahankan keberlanjutannya. Praktik kerja magang ini memiliki tujuan untuk mempelajari peran seorang *strategic planner* dalam merancang dan mengeksekusi iklan yang sesuai dengan tren dan perilaku konsumen terutama di ranah digital. Magang dilakukan di Finch Agency, salah satu unit bisnis dari Future Creative Network yang berfokus pada periklanan kreatif ATL dan mulai beralih ke digital. Penulis berada pada posisi *strategic planner* di departemen *strategist*. *Strategic planner* di sebuah agensi bertugas mengembangkan strategi iklan melalui proses riset hingga menghasilkan sebuah arah komunikasi. Konsep yang digunakan dalam laporan ini diambil dari konsep *marketing research process* oleh (Malhotra & Birks, 2006). Kendala utama yang dihadapi adalah menemukan *insights* yang tepat untuk memenuhi kebutuhan *brand*. Setelah menyelesaikan magang selama 640 jam, penulis dapat menyimpulkan bahwa peran seorang *strategic planner* sangat penting dalam melakukan riset tren dan perilaku konsumen serta merancang strategi di dalam atau luar ranah digital dalam proses periklanan, dan memiliki peran krusial bagi tim kreatif yang akan mengeksekusi strategi yang telah dirumuskan.

**Kata kunci:** Agensi Periklanan, Strategi Digital, Proses Riset Pemasaran, Perencana Strategis, Wawasan





# ROLE OF A STRATEGIC PLANNER AT FUTURE CREATIVE NETWORK (FINCH AGENCY)

Clifford Aaron Darmawan

## ABSTRACT

*The development of technology and digital realm makes necessitates all economic sectors, including the advertising agency industry, to adapt in order to sustain their operations. This internship aims to study the role of a strategic planner in designing and executing the strategy behind advertisements that align with current trends and consumer behavior especially in digital realm. The internship was done at Finch Agency, a business unit of Future Creative Network, which focuses on creative ATL advertising and is beginning to transition to digital. The author held the position of strategic planner in the strategist department. A strategic planner in an agency is responsible for developing advertising strategies through a research process that leads in a communication direction. The concept used in this report is taken from Marketing Research Proccess from Malhotra & Birks (2006). The main challenge encountered was finding the right insights to meet brand needs. After completing 640 hours of internship, the author concludes that the role of a strategic planner is very important in designing research on trends and consumer behavior, as well as in making strategies, whether inside or outside the digital realm in the advertising process. Additionally, the strategic planner plays a crucial role for the creative team that will execute these strategies.*

**Keywords:** Advertising Agency, Digital Strategy, Strategic Planner, Marketing Research Process, Insights

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang	1
1.2    Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang	6
1.3    Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	7
<b>BAB II GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI</b>	<b>9</b>
2.1    Tentang Future Creative Network & Finch Agency	9
2.2    Visi Misi Future Creative Network	11
2.3    Struktur Organisasi Finch Agency	12
<b>2.3.1 Account Department</b>	12
<b>2.3.2 Creative ATL Department</b>	13
<b>2.3.3 Creative Digital Department</b>	13
<b>2.3.4 Strategist Department</b>	13
<b>BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG</b>	<b>14</b>
3.1    Kedudukan dalam Kerja Magang	14
3.2    Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang	16
<b>BAB IV SIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>37</b>

4.1	Simpulan	37
4.2	Saran	38
	<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>41</b>
	<b>LAMPIRAN</b>	<b>42</b>



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Deskripsi Pekerjaan <i>Strategic Planner</i>	20
Tabel 3.2 <i>Timeline</i> Aktivitas Pelaksanaan Praktik Magang	21



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Fastest Growing Agency</i> 2019	2
Gambar 1.2 <i>Creative Agency of The Year</i> 2023	3
Gambar 2.1 Logo Future Creative Network	9
Gambar 2.2 Pencapaian FCN di Citra Pariwisata 2023	9
Gambar 2.3 <i>Top 10 Largest Agency 2023 by Adweek</i>	10
Gambar 2.4 Logo Finch Agency	11
Gambar 2.5 Struktur Organisasi Finch Agency	12
Gambar 3.1 Alur Kerja Finch Agency	15
Gambar 3.2 <i>Marketing Research Process</i>	17
Gambar 3.3 Keperluan Tambahan dari Tim <i>Account</i> Teh Pucuk Harum	23
Gambar 3.4 <i>Strategy Draft</i>	26
Gambar 3.5 Pengerjaan <i>Cultural Insights</i> Baby Happy	27
Gambar 3.6 Pengerjaan <i>Consumer Tensions</i> Baby Happy	29
Gambar 3.7 Pengerjaan <i>Consumer Truth</i> XL	31
Gambar 3.8 Pengerjaan <i>Brand Truth</i> Gudang Garam	32
Gambar 3.9 Pengerjaan <i>Communication Proposition</i> Zalora	33
Gambar 3.10 Pengerjaan <i>Deck</i> GG SHIVER	34
Gambar 3.11 <i>Shopping List</i> Hasil Regroup Bank Raya	35



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A – Surat Pengantar MBKM (MBKM 01)	42
Lampiran B – Kartu MBKM (MBKM 02)	43
Lampiran C – Daily Task MBKM (MBKM 03)	44
Lampiran D – Lembar Verifikasi Laporan MBKM	62
Lampiran E – Surat Penerimaan MBKM (LoA)	63
Lampiran F – Hasil Turnitin	64
Lampiran G- CV Penulis	65
Lampiran H – Formulir Bimbingan Magang	67
Lampiran I – Pelengkap Laporan Magang	68
Lampiran J – <i>Deck-deck</i> yang dikerjakan	71
Lampiran K – Dokumentasi Praktik Magang	72

