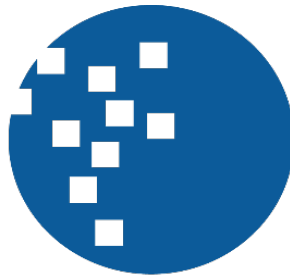


**PERAN PAID ADVERTISER DALAM MENJALANKAN  
KAMPANYE IKLAN DI ASTRA DIGITAL  
INTERNASIONAL**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

**Claurinda Clarissa Febrianny**

**0000053813**

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

**2024**

**PERAN PAID ADVERTISER DALAM MENJALANKAN  
KAMPANYE IKLAN DI ASTRA DIGITAL  
INTERNASIONAL**



**LAPORAN MAGANG**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**

**Claurinda Clarissa Febrianny**

**0000053813**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini pemegang,

Nama : Claurinda Clarissa Febrianny

Nomor Induk Mahasiswa : 00000053813

Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan MBKM *Internship* dengan judul:

**PERAN PAID ADVERTISER DALAM MENJALANKAN KAMPANYE IKLAN DI ASTRA DIGITAL INTERNASIONAL** merupakan hasil karya pemangangsendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah pemegang nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/ penyimpangan, baik dalam pelaksanaan maupun dalam penulisan laporan MBKM, pemegang bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk MBKM *internship* yang telah pemegang tempuh.

Tangerang, 28 Mei 2024



Claurinda Clarissa Febrianny

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan magang MBKM *Internship* dengan judul

### PERAN PAID ADVERTISER DALAM MENJALANKAN KAMPANYE IKLAN DI ASTRA DIGITAL INTERNASIONAL

Oleh

Nama : Claurinda Clarissa Febrianny  
NIM : 00000053813  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 4 Juni 2024

Pukul 09.00 s/d 10.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

**Riatun, S.Sos, M.I.Kom**

NIDN: 0302077803

Penguji

**Theresia Lavietha Vivrie Lolita,**

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

NIDN: 0327019001

Pembimbing

**Riatun, S.Sos, M.I.Kom**

NIDN : 0302077803

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

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

NIDN: 0304078404

## HALAMAN PERSETUJUAN

### PERAN PAID ADVERTISER DALAM MENJALANKAN KAMPANYE IKLAN DI ASTRA DIGITAL INTERNASIONAL

Oleh

Nama : Claurinda Clarissa Febrianny

NIM : 00000053813

Program Studi : Komunikasi Strategis

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada  
Sidang Magang Universitas Multimedia Nusantara  
Tangerang, 28 Mei 2024

Pembimbing

**Riatun, S.Sos, M.I.Kom.**

NIDN : 0302077803

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah  
Bangun2024.05.28  
10:10:50 +07'00'

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

NIDN: 0304078404

## KATA PENGANTAR

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

**“PERAN PAID ADVERTISER DALAM MENJALANKAN KAMPANYE IKLAN DI ASTRA DIGITAL INTERNASIONAL”** dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Pemagang menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan magang ini, sangatlah sulit bagi pemagang untuk menyelesaikan laporan ini. Oleh karena itu, pemagang 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, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Riaturun, S.Sos, M.I.Kom. sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya 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 pemagang yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga pemagang dapat menyelesaikan laporan magang ini.
7. Supervisor pemagang yang selalu memberikan arahan dan bimbingan selama kerja magang di lapangan.
8. Rekan kerja yang telah mendukung dan memberikan bantuan dari awal hingga praktek kerja magang selesai.

Semoga karya ilmiah ini dapat berguna bagi pembaca maupun calon peserta praktek kerja magang yang hendak melakukan praktek kerja magang.

Tangerang, 28 Mei 2024

Yang menyatakan,



Claurinda Clarissa Febrianny



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# PERAN PAID ADVERTISER DALAM MENJALANKAN KAMPANYE IKLAN DI ASTRA DIGITAL INTERNASIONAL

Claurinda Clarissa Febrianny

## ABSTRAK

Melakukan digitalisasi pada suatu pemasaran merupakan hal yang penting untuk dilakukan bagi setiap perusahaan. Hal ini dikarenakan zaman yang terus berubah ditambah percepatan teknologi yang sangat cepat. Sehingga melakukan digitalisasi pada pemasaran menjadi salah satu kunci untuk bersaing dengan kompetitor di era digital ini. Proses melakukan implementasi digitalisasi menjadi tugas utama spesialis pemasaran berbayar atau *Paid advertiser specialist* dalam melakukan pemasaran berbayar digital yang sesuai dengan target yang telah ditetapkan. Hadirnya *Paid advertiser specialist* sebagai pendukung dan mendorong pelaksanaan iklan kampanye untuk mencapai suatu tujuan *objective* secara optimal sesuai dengan yang telah disepakati dengan unit bisnis. Sebagai *paid advertiser* memiliki tanggung jawab untuk membuat suatu strategi perencanaan dapat berjalan dengan baik dan memuaskan bagi unit bisnis dengan memanfaatkan media sosial seperti *Instagram Ads*, *TikTok Ads*, dan *Google Ads*. Aktivitas *paid advertiser* yang dilakukan di Astra Digital meliputi pembuatan *media planning*, pembuatan ide konten, membuat *copywriting*, *campaign adsimplementation*, *problem solving*, dan lainnya. Pada intinya sebagai *Paid advertiser* memiliki tugas dalam mendukung proses berjalannya suatu kampanye iklan.

**Kata kunci:** Periklanan berbayar, digitalisasi, Astra Digital

UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



# THE ROLE OF PAID ADVERTISER IN RUNNING CAMPAIGN AT ASTRA DIGITAL INTERNASIONAL

Claurinda Clarissa Febrianny

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

*Digitalizing marketing is crucial for every company due to the ever-changing times and rapid technological advancements. Implementing digital marketing has become a key strategy to compete with competitors in the digital era. The implementation process of digitalization falls primarily to the Paid advertiser specialist, who ensures that digital marketing aligns with the predetermined targets. The presence of a Paid advertiser specialist supports and drives the execution of advertising campaigns to achieve optimal objectives agreed upon with the business unit. As a paid advertiser, one is responsible for developing strategies that operate smoothly and satisfactorily for the business unit, utilizing social media platforms such as Instagram Ads, TikTok Ads, and Google Ads. The activities of a paid advertiser at Astra Digital include creating media planning, generating content ideas, copywriting, campaign ads implementation, problem-solving, and more. Essentially, the role of a Paid advertiser is to support the smooth running of an advertising campaign.*

**Keywords:** Paid advertiser, digitalization, Astra Digital

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR ISI

PERAN PAID ADVERTISER DALAM MENJALANKANKAMPANYE IKLAN DI ASTRA DIGITAL INTERNASIONAL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT (English).....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I.....	1
1.1 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang .....	4
1.2 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	5
BAB II.....	8
2.1 Sejarah Perusahaan.....	8
2.2 Logo Perusahaan .....	10
2.3 Filosofi, Visi, dan Misi Perusahaan .....	11
2.4 Layanan Perusahaan.....	12
2.5 Struktur Perusahaan.....	14
BAB III .....	18
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	18
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang .....	22
3.3 Kendala Kerja Magang.....	41
3.4 Solusi.....	42
BAB IV .....	43
4.1 Kesimpulan.....	43
4.2 Saran.....	44
DAFTAR PUSTAKA .....	46
LAMPIRAN.....	47

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 1 Logo PT Astra International Tbk .....	10
Gambar 2.2 2 Logo PT Astra Digital Internasional .....	10
Gambar 2.3 1 Filosofi Astra International .....	11
Gambar 2.4 Business Model Canvas Astra Digital Internasional.....	12
Gambar 2.5 1 Struktur Perusahaan PT Astra Digital Internasional .....	15
Gambar 3.1 1 Alur koordinasi Kerja Magang.....	18
Gambar 3.1.2 Marketing Funnel.....	20
Gambar 3.2.1 Kampanye iklan Objective.....	24
Gambar 3.2 2 Display TikTok Auto2000 .....	26
Gambar 3.2 3 Tampilan tools semrush .....	28
Gambar 3.2.4 Tampilan tools semrush Auto2000 .....	30
Gambar 3.2.5 Tampilan tools semrush Auto2000 .....	30
Gambar 3.2.6 Tampilan tools semrush Astra Property .....	31
Gambar 3.2 7 Penawaran pemasaran digital.....	32
Gambar 3.2.8 Custom Audience (Include) .....	34
Gambar 3.2.9 Custom Audience (Exclude) .....	35
Gambar 3.2.10 Perbandingan key visual (KV).....	36
Gambar 3.2.11 Notion Auto2000.....	37
Gambar 3.2 12 Ads Rejection.....	39
Gambar 3.2.13 Monthly Report.....	40
Gambar 3.2.14 Keyword bidding plan.....	41

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A