

**PERAN *DIGITAL MARKETING INTERN* DI PT CS2 POLA
SEHAT (ORANG TUA GROUP)**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

Winna Wirianta

0000054104

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

**PERAN *DIGITAL MARKETING INTERN* DI PT CS2 POLA
SEHAT (ORANG TUA GROUP)**



LAPORAN MAGANG

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Winna Wirianta

0000054104

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

2024

i

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Winna Wirianta

Nomor Induk Mahasiswa : **00000054104**

Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

**PERAN *DIGITAL MARKETING INTERN* DI PT CS2 POLA SEHAT
(ORANG TUA GROUP)**

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 Magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan **TIDAK LULUS** untuk laporan Magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 10 Juni 2024



(Winna Wirianta)

U M M N
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**PERAN *DIGITAL MARKETING INTERN* DI PT CS2 POLA SEHAT
(ORANG TUA GROUP)**

Oleh
Nama : Winna Wirianta
NIM : 00000054104
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 20 Juni 2024
Pukul 10.00 s.d. 11.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji


Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si
NIDN 0304078404


Charlie Tjokrodimata, S. Kom, M. Sc.
NIDN 0324098002

Pembimbing


Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si
NIDN 0304078404

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si
NIDN 0304078404

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Winna Wirianta

Nomor Induk Mahasiswa : **00000054104**

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah :

**PERAN *DIGITAL MARKETING INTERN* DI PT CS2 POLA SEHAT
(ORANG TUA GROUP)**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- Memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya di repositori Knowledge Center, sehingga dapat diakses oleh Civitas Akademika/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial dan saya juga tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Saya tidak bersedia, dikarenakan:

- Dalam proses pengajuan untuk diterbitkan ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*)*.
- Terdapat data internal perusahaan yang tidak diizinkan untuk dipublikasikan oleh perusahaan terhadap masyarakat umum.

Tangerang, 20 Juni 2024



(Winna Wirianta)

* Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI selama 6 bulan kedepan, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan Magang *track* 1 ini dengan judul: **“PERAN *DIGITAL MARKETING INTERN* DI PT CS2 POLA SEHAT (ORANG TUA GROUP)”** dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar S1 Jurusan Komunikasi Strategis Pada Fakultas Ilmu Komunikasi 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:

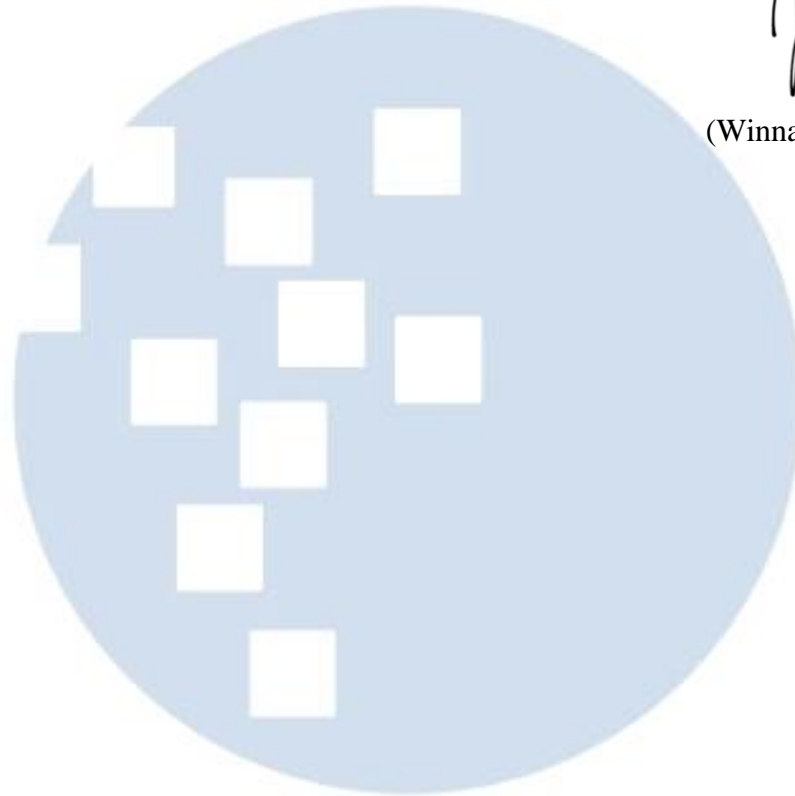
1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara dan pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya laporan magang ini.
4. Bapak Charlie Tjokrodinata, S.Kom., M.Sc., selaku Dosen Penguji yang memberikan arahan dan saran saat sidang.
5. Kepada PT CS2 Pola Sehat sebagai tempat pelaksanaan praktik kerja magang.
6. Tim HRD dan Digital Marketing PT CS2 Pola Sehat telah membimbing dan mengarahkan selama saya melakukan praktik kerja magang.
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan magang ini.

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

Tangerang, 10 Juni 2024



(Winna Wirianta)



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERAN *DIGITAL MARKETING INTERN* DI PT CS2 POLA SEHAT (ORANG TUA GROUP)

Winna Wirianta

ABSTRAK

Bisnis *consumer goods* memiliki peluang yang sangat besar sehingga tentu saja bisnis kategori ini memiliki banyak pesaing yang menjadi ancaman dalam berbisnis. Hal ini menjadi penyebab bisnis dalam industri ini perlu terus melakukan adaptasi dengan berbagai perkembangan yang ada, salah satunya era digital yang menyebabkan pemasaran konvensional telah beralih menjadi pemasaran digital. Era digital dapat berdampak positif apabila dimanfaatkan dengan baik akan tetapi dapat berdampak negatif jika tidak dimanfaatkan secara bijak. Hal ini membuat kegiatan *digital marketing* mulai dilirik, dilakukan, dan diawasi oleh berbagai perusahaan untuk dapat memperoleh berbagai manfaat seperti memperkenalkan dan memperluas pasar dengan harga yang lebih terjangkau. PT CS2 Pola Sehat menyadari pentingnya adaptasi tersebut sehingga membentuk divisi *digital marketing*. Dalam melaksanakan praktik kerja magang ini, penulis mempraktikkan konsep *marketing communication*, yaitu *Integrated Marketing Communication* dan didukung dengan elemen 4C (*Context, Communication, Collaboration, dan Connection*). Setelah bergabung ke dalam divisi *marketing* sebagai Digital Marketing Intern selama 640 jam, penulis memiliki tugas dan tanggung jawab untuk ikut serta dalam *KOL management, content planning, content creation, dan social media marketing*.

Kata kunci: konten, KOL, media sosial, pemasaran digital



DIGITAL MARKETING INTERN ROLE AT PT CS2 POLA SEHAT (ORANG TUA GROUP)

Winna Wirianta

ABSTRACT (English)

Consumer goods businesses have immense opportunities, but they also face significant competition, which poses threats to their operations. This is why businesses in this category need to continuously adapt to various developments, one of which is the digital era that has transformed conventional marketing into digital marketing. The digital era can have positive impacts if utilized effectively, but it can also have negative consequences if not used wisely. This has led to increased attention, implementation, and monitoring of digital marketing activities by various companies to reap benefits such as introducing and expanding markets at more affordable costs. PT CS2 Pola Sehat recognizes the importance of such adaptation and has established a digital marketing division. In the execution of this internship, the author diligently employed the principles of marketing communication, specifically Integrated Marketing Communication bolstered by the incorporation of the 4C elements (Context, Communication, Collaboration, and Connection). After joining marketing division as digital marketing intern for 640 hours, the author was tasked with responsibilities including participating in KOL management, content planning, content creation, and social media marketing.

Keywords: content, digital marketing, KOL, social media

U M W N
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

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT (English)	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....	7
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	7
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	7
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	8
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	11
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	11
2.1.1 Visi Misi.....	12
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	12
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	15
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	15
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	16
3.3 Kendala yang Ditemukan.....	48
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	49
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	50
4.1 Simpulan	50
4.2 Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA	52

LAMPIRAN A.....	55
A. Surat Pengantar Magang (MBKM 01)	56
B. Kartu MBKM (MBKM 02)	57
C. Daily Task (MBKM 03)	58
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM (MBKM 04)	87
E. Formulir Konsultasi Magang	88
F. Surat Penerimaan Magang	89
G. Lampiran pengecekan hasil Turnitin	90
H. Commanditaire Vennootschap (CV)	95
LAMPIRAN B.....	97
A. Dokumentasi Penulis dengan Divisi Digital Marketing	98
B. Dokumentasi Penulis saat sedang mengikuti event	98
C. Dokumentasi Penulis dengan KOL	99



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan	12
Tabel 3. 1 Tugas Utama Kerja Magang Penulis	21
Tabel 3. 2 Lini Masa Tugas Kerja Utama Penulis	21
Tabel 3. 3 Lini Masa Penulis sebagai KOL Management	23
Tabel 3. 4 Lini Masa Penulis untuk Content Planning	33
Tabel 3. 5 Lini Masa Penulis sebagai Content Creator	37
Tabel 3. 6 Lini Masa Penulis dalam Menjalankan Tugas Social Media Marketing	44



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Platform yang Paling Sering Digunakan oleh Konsumen untuk Mempelajari Produk Baru	3
Gambar 2. 1 Posisi Penulis di Divisi Digital Marketing	12
Gambar 3. 2 Komponen dalam IMC	16
Gambar 3. 3 Penulis menghubungi KOL lewat Whatsapp dan DM Instagram	24
Gambar 3. 4 Penulis Mengurus Administrasi, Pengiriman Produk, dan Memberikan briefing kepada KOL	25
Gambar 3. 5 Penulis Memberikan Feedback serta Menjadwalkan Posting Konten KOL	26
Gambar 3. 6 Konten KOL Garantea yang Dikelola oleh Penulis	29
Gambar 3. 7 Konten KOL Panjang Jiwo yang Dikelola oleh Penulis	30
Gambar 3. 8 KOL Crystalin yang Dikelola oleh Penulis	31
Gambar 3. 9 KOL Susu Tango yang Dikelola oleh Penulis	31
Gambar 3. 10 KOL Teh Gelas yang Dikelola oleh Penulis	32
Gambar 3. 11 Penulis Mengawasi Photoshoot untuk Media Sosial Brand	34
Gambar 3. 12 KPI dan Metrik dalam Social Media and Mobile Marketing	36
Gambar 3. 13 Story Instagram Susu Tango saat event Wikibex & Baby Mama Festival yang Diambil oleh Penulis	38
Gambar 3. 14 Story Instagram Susu Tango saat event FOMBEX yang Diambil oleh Penulis	39
Gambar 3. 15 Reels recap acara Wikibex dan FOMBEX yang Dibuat oleh Penulis	40
Gambar 3. 16 Instagram Story Kopi Naga tentang perayaan Imlek yang Dibuat oleh Penulis	40
Gambar 3. 17 IG Reels dan TikTok Video Kopi Naga yang Dibuat Penulis Menggunakan Foto/File yang Sudah Ada	41
Gambar 3. 18 IG Reels dan Tiktok Video yang Dibuat oleh Penulis sebagai Konten Promosi	42
Gambar 3. 19 Konten Youtube Shorts Teman Vita	42

Gambar 3. 20 Penulis Mengunggah Ulang dan Membalas Direct Messages
Instagram..... 45
Gambar 3. 21 Penulis menjadwalkan unggahan konten di Youtube Shorts 46
Gambar 3. 22 Beberapa unggahan yang di-boost menggunakan paid ads..... 47



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A.....	55
A. Surat Pengantar Magang (MBKM 01)	56
B. Kartu MBKM (MBKM 02)	57
C. Daily Task (MBKM 03)	58
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM (MBKM 04)	87
E. Formulir Konsultasi Magang	88
F. Surat Penerimaan Magang	89
G. Lampiran pengecekan hasil Turnitin	90
H. Commanditaire Vennootschap (CV)	95
LAMPIRAN B.....	97
A. Dokumentasi Penulis dengan Divisi Digital Marketing	98
B. Dokumentasi Penulis saat sedang mengikuti event	98
C. Dokumentasi Penulis dengan KOL	99

