

**PERAN PARTNERSHIP STRATEGIST  
DI PT OMNI DIGITAMA INTERNUSA – RUPARUPA  
(KAWAN LAMA GROUP)**



**LAPORAN MAGANG**

**Jennifer Lopez**

**00000054259**

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

**PERAN PARTNERSHIP STRATEGIST  
DI PT OMNI DIGITAMA INTERNUSA – RUPARUPA  
(KAWAN LAMA GROUP)**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN MAGANG**

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

**Jennifer Lopez**

**0000054259**

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

**2024**

**i**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Jennifer Lopez

Nomor Induk Mahasiswa : 00000054259

Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan MBKM Magang dengan judul:

### **PERAN PARTNERSHIP STRATEGIST DI PT OMNI DIGITAMA INTERNUSA – RUPARUPA (KAWAN LAMA GROUP)**

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan magang 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, 31 Mei 2024



Jennifer Lopez

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul

### **PERAN PARTNERSHIP STRATEGIST DI PT OMNI DIGITAMA INTERNUSA – RUPARUPA (KAWAN LAMA GROUP)**

Oleh

Nama : Jennifer Lopez

NIM : 00000054259

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 6 Juni 2024

Pukul 13.00 s.d 14.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

**Dian Nuranindya, S.E., M.Si    Dr. Arsa Widitiarsa Utoyo, S.T., M.Sn.**

**NIDN 0314128502**

**NIDN 0313068201**

Pembimbing

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

**NIDN 0314128502**

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi

**Cendera Rizky Anugerah Bangun, M.Si.**

**NIDN 0304078404**

iii

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI LAPORAN MAGANG UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Jennifer Lopez  
NIM : 00000054259  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
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 laporan magang saya yang berjudul:

**PERAN PARTNERSHIP STRATEGIST DI PT OMNI DIGITAMA  
INTERNUSA – RUPARUPA (KAWAN LAMA GROUP)**

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 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,



Jennifer Lopez

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul: “**PERAN PARTNERSHIP STRATEGIST DI PT OMNI DIGITAMA INTERNUSA – RUPARUPA (KAWAN LAMA GROUP)**” yang dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana 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:

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 Anugerah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Dian Nuranindya, S.E., M.Si., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya laporan praktik magang ini.
5. Kak Elizabeth Lukita, sebagai Pembimbing Lapangan Praktik Kerja Magang yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan berbagai pengetahuan selama penulis magang sebagai *Partnership Strategist* Ruparupa.
6. Bapak Dr. Arsa Widitarsa Utoyo, S.T., M.Sn., sebagai penguji sidang magang yang turut memberikan arahan, saran atau masukan bagi laporan magang penulis selama sidang berlangsung.
7. Kak Chyntia Karin, sebagai Pembimbing Lapangan Praktik Kerja Magang yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan berbagai pengetahuan selama penulis magang sebagai *Partnership Strategist* Ruparupa.

8. Seluruh anggota Tim *Partnership Strategist* yang telah memberikan dukungan, semangat, bantuan, dan bimbingan selama praktik kerja magang
9. Seluruh Tim *Marketing* dan Tim OEP (*Online E-Commerce Performance*) yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas selama praktik kerja magang
10. Keluarga yang telah memberikan semangat, dan bantuan dukungan material serta moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan praktik kerja magang dan laporan magang ini dengan baik
11. Michael Yawabadi yang telah mendampingi dan memberikan semangat, dukungan, serta saran yang membangun kepada penulis selama proses kerja magang dan proses pembuatan laporan magang
12. Marshanda Fransisca, Cheryl Natalia, Enjelita, Anggelyta Nathalya, Celine Natania, dan teman-teman lain yang turut memberikan informasi, semangat, dan hiburan kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan laporan magang ini

Semoga laporan kerja magang ini dapat menjadi pembelajaran, sumber pengetahuan, dan motivasi bagi para pembaca, khususnya Mahasiswa Calon Pekerja Magang Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 31 Mei 2024



Jennifer Lopez

**PERAN PARTNERSHIP STRATEGIST DI PT OMNI DIGITAMA  
INTERNUSA – RUPARUPA (KAWAN LAMA GROUP)**

Jennifer Lopez

**ABSTRAK**

Perusahaan industri ritel menjadi indikator utama dalam pertumbuhan konsumsi rumah tangga dan memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi Indonesia. Salah satu faktor nya karena adanya *consumer behaviour change*, seperti bertransaksi secara digital karena banyaknya tawaran promo yang menarik ketika berbelanja di *e-commerce*. Ruparupa sebagai *e-commerce* Kawan Lama Group dengan solusi *omnichannel*, mengintegrasikan *customer experience* ketika berbelanja *online* dan *offline* dengan menyediakan program-program promo yang menarik dan kelengkapan metode pembayaran melalui kegiatan *partnership*. Melalui peluang ini, penulis melakukan praktik kerja magang sebagai *Partnership Strategist* di Ruparupa guna mengimplementasikan kemampuan komunikasi eksternal melalui kerja sama kemitraan, khususnya mitra perbankan dan *cross partnership* guna menjawab kebutuhan konsumen dalam berbelanja di era digital. Selama proses nya, penulis mengadakan *online meeting* dan mengeksekusi *campaign* dari hasil kerja sama untuk didistribusikan di *channel* komunikasi Ruparupa. Konsep utama yang digunakan penulis, yaitu *partnership marketing*. Selama magang, penulis menghadapi kendala utama, yakni terkait sistem *rule marketing voucher* promo partner. Setelah kerja magang, penulis menyadari adanya kesamaan maupun perbedaan antara konsep-konsep teori dengan implementasi di dunia kerja menyesuaikan masing-masing perusahaan.

**Kata kunci:** *E-Commerce, Marketing Campaign, Partnership Marketing, Promo Partner, Retail, Voucher Promo*

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



**THE ROLE OF PARTNERSHIP STRATEGIST AT PT OMNI DIGITAMA  
INTERNUSA – RUPARUPA (KAWAN LAMA GROUP)**

Jennifer Lopez

***ABSTRACT***

*Retail industrial companies are the main indicators in the growth of household consumption and make a major contribution to Indonesia's economic growth. One of the factors is due to consumer behavior changes, such as digital transactions, because of many attractive promotional offers on e-commerce. Ruparupa as Kawan Lama Group's e-commerce with omnichannel solutions, integrates customer experience when doing online and offline shopping by providing many attractive promo programs and several payment methods through partnership activities. Through this opportunity, the author carried out an internship as a Partnership Strategist at Ruparupa to implement external communication skills through partnership collaboration, especially banking partners and cross partnerships to answer consumer needs when shopping in the digital era. During the process, the author held an online meeting and executed a campaign from the collaboration to be distributed on Ruparupa's communication channels. The main concept used by the author is partnership marketing. During the internship, the author faced a major obstacle, related to the marketing rule system for partner's promo vouchers. After working as an intern, the author realized that there were similarities and differences between theoretical concepts and the implementation according to each company.*

***Keywords:*** *E-Commerce, Marketing Campaign, Partnership Marketing, Promo Partner, Retail, Voucher Promo*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI LAPORAN MAGANG 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 GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang .....	6
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	6
<b>BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....</b>	<b>10</b>
2.1. Tentang Kawan Lama Group .....	10
2.2. Tentang Ruparupa .....	10
2.3. Visi Misi dan Nilai Perusahaan .....	11
2.4. Struktur Organisasi Perusahaan.....	13
<b>BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG .....</b>	<b>16</b>
3.1. Kedudukan dan Koordinasi .....	16
3.2. Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	22
3.3. Kendala yang Ditemukan .....	55
3.4. Solusi atas Kendala yang Ditemukan .....	56
<b>BAB IV SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>57</b>
4.1. Simpulan.....	57
4.2. Saran .....	59
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>61</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>64</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Sepuluh Negara Paling Sering Belanja <i>Online</i> .....	1
Gambar 2.1 Logo Kawan Lama Group.....	10
Gambar 2.2 Logo Rugarupa .....	11
Gambar 2.3 Bagan Struktur Rugarupa .....	13
Gambar 3.1 Bagan Struktur <i>Partnership Strategist</i> .....	16
Gambar 3.2 Bagan Alur Kerja .....	22
Gambar 3.3 Timeline Kerja.....	23
Gambar 3.4 Contoh <i>Creative Brief</i> .....	36
Gambar 3.5 Promo Pada <i>Pop-Up</i> .....	38
Gambar 3.6 Promo Pada <i>Voucher Wallet</i> .....	39
Gambar 3.7 Promo Pada <i>Landing Page</i> .....	39
Gambar 3.8 Promo Pada <i>Homepage Promo Partner</i> .....	39
Gambar 3.9 Promo Pada <i>Newsletter</i> .....	41
Gambar 3.10 Promo Pada <i>Instagram Story</i> .....	42
Gambar 3.11 Hasil <i>Campaign Partner Electronic Fair</i> .....	44
Gambar 3.12 Hasil <i>Campaign Partner Payday</i> .....	45
Gambar 3.13 Hasil <i>Campaign Partner Chinese New Year</i> .....	45
Gambar 3.14 Hasil <i>Campaign Partner Rugarupa Anniversary</i> .....	46
Gambar 3.15 <i>Banner</i> Komunikasi <i>New User</i> .....	48
Gambar 3.16 <i>Banner</i> Komunikasi <i>All User</i> .....	49
Gambar 3.17 Komunikasi <i>TV Loop</i> .....	49
Gambar 3.18 <i>Offline Event</i> UOB .....	53
Gambar 3.19 <i>Booth</i> Rugarupa.....	54



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pengantar MBKM (MBKM 01).....	64
Lampiran 2 Kartu MBKM (MBKM 02) .....	65
Lampiran 3 Daily Task Kewirausahaan (MBKM 03).....	66
Lampiran 4 Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04).	121
Lampiran 5 Lampiran Surat Penerimaan MBKM (LoA).....	122
Lampiran 6 Pengecekan Hasil Turnitin.....	123
Lampiran 7 Dokumentasi Selama Kerja Magang .....	124

