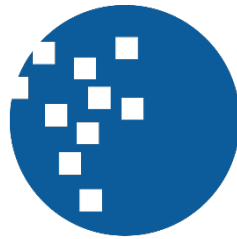


**PERAN CAMPAIGN SQUAD DALAM
MENJALANKAN KOMUNIKASI PEMASARAN
E-COMMERCE RUPARUPA**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

NATHANAEL RIO SETIAWAN

0000055081

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

2024

**PERAN CAMPAIGN SQUAD DALAM
MENJALANKAN KOMUNIKASI PEMASARAN
E-COMMERCE RUPARUPA**



LAPORAN MAGANG

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

NATHANAEL RIO SETIAWAN

0000055081

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Nathanael Rio Setiawan

Nomor Induk Mahasiswa : 00000055081

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

PERAN CAMPAIGN SQUAD DALAM MENJALANKAN KOMUNIKASI PEMASARAN *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 Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 14 Juni 2024



Nathanael Rio Setiawan

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**PERAN CAMPAIGN SQUAD DALAM MENJALANKAN
KOMUNIKASI PEMASARAN *E-COMMERCE* RUPARUPA**

Oleh

Nama : Nathanael Rio Setiawan

NIM : 00000055081

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 12 Juni 2024

Pukul 08.00 s.d 09.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Inco Hary Perdana, S.Ikom., M.Si.
NIDN 0308117706

Fakhriy Dinansyah, M.M., M.I.Kom.
NIDN 0304039001

Pembimbing

Inco Hary Perdana, S.Ikom., M.Si.
NIDN 0308117706

Kepala 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 : Nathanael Rio Setiawan

NIM : 00000055081

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 CAMPAIGN SQUAD DALAM MENJALANKAN KOMUNIKASI PEMASARAN *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 penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 27 Mei 2024

Yang menyatakan,



Nathanael Rio Setiawan

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

KATA PENGANTAR

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

“PERAN CAMPAIGN SQUAD DALAM MENJALANKAN KOMUNIKASI PEMASARAN *E-COMMERCE* RUPARUPA” 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 skripsi 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 Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Inco Hary Perdana, S.Ikom., M.Si. sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Bapak Fakhriy Dinansyah, M.M., M.I.Kom. selaku Penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Ibu Sisca selaku pemimpin Campaign Squad yang telah memberikan kesempatan untuk menjalankan program magang di Ruparupa.
7. Ibu Sandra selaku pembimbing lapangan yang telah mendukung *intern* secara penuh selama kerja magang, sehingga proses magang dapat berjalan dengan lancar.
8. Ibu Caroline Wijaya selaku pembimbing koordinasi yang telah memberikan ilmu dan mengawasi secara langsung semasa kerja magang.

9. Ibu Hanna Nusawarga selaku pembimbing koordinasi baru yang telah berkontribusi penuh dari segi koordinasi dan pengajuan konten dalam melancarkan proses magang.
10. Chelsy Sutanto dan Theona Wesley selaku *intern* Campaign Squad lainnya yang saling membantu dalam proses kerja magang.
11. Bapak Hansel Kartadinata dan Ibu Sellia Oey selaku karyawan divisi OEP dan CRM di Rugarupa yang turut membantu dalam proses magang sehingga permasalahan yang dihadapi dapat teratasi dengan baik.
12. Seluruh divisi di Rugarupa yang sudah melaksanakan fungsi tugas dan koordinasi dengan sangat baik.
13. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
14. Teman-teman Koordinator Mentor “Character Building Mentoring UMN 2023”, yang memberi dukungan dan selalu bertukar informasi sehingga mendukung kelancaran kerja magang.

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

Tangerang, 27 Mei 2024



Nathanael Rio Setiawan



PERAN CAMPAIGN SQUAD DALAM MENJALANKAN KOMUNIKASI PEMASARAN *E-COMMERCE* RUPARUPA

Nathanael Rio Setiawan

ABSTRAK

Latar Belakang yang menjadi dasar pemilihan tempat kerja magang adalah popularitas penggunaan *e-commerce* oleh perusahaan sebagai sarana untuk memasarkan produk dan mencapai *objective*, dengan strategi komunikasi tertentu. **Tujuan** dari kerja magang adalah untuk mengetahui implementasi konsep komunikasi pemasaran di dunia profesional dalam menunjang program perusahaan. **Perusahaan** yang dituju adalah PT Omni Digitama Internusa (Ruparupa); *e-commerce official* milik Kawan Lama Group yang menjual produk-produk ACE Hardware, Informa, Toys Kingdom, dan sebagainya, secara *online*. **Posisi** yang diambil adalah Campaign Squad; bagian dari Departemen Marketing. **Deskripsi tugas** dari seorang Campaign Squad adalah menyusun ide serta merealisasikan *marketing promotions* dalam bentuk *digital campaign* yang dapat dijumpai di platform Ruparupa. **Konsep utama** yang melandasi kerja semasa magang adalah konsep bauran pemasaran 4P, terkhusus pada variabel Promotions atau yang dikenal pula sebagai *promotional mix* oleh Ketler & Keller (2016). Kendala utama dalam masa kerja magang adalah keunggulan kompetitor dan perbedaan penerapan konsep teoritis di dunia kerja. Setelah berproses selama kurang lebih enam ratus lima puluh dua jam, dapat **disimpulkan** bahwa aktivitas Campaign Squad berfokus pada komunikasi pemasaran *sales promotion* dan *personal selling*.

Kata kunci: *marketing promotions*, *e-commerce*, kampanye, komunikasi pemasaran.



THE CAMPAIGN SQUAD'S ROLE IN MANAGING MARKETING COMMUNICATIONS OF RUPARUPA E-COMMERCE

Nathanael Rio Setiawan

ABSTRACT

The background behind the selection of the internship workplace is the popularity of e-commerce usage by companies to promote their products and achieving objective through a specific communication strategy. The objective of the internship is to understand the implementation of marketing communication concepts in the professional fields to support company programs. The targeted company is PT Omni Digitama Internusa (Ruparupa); the official marketplace owned by Kawan Lama Group, which sells products from ACE Hardware, Informa, Toys Kingdom, and others by online. The position taken is Campaign Squad, part of the Marketing Department. The job description of Campaign Squad involves developing ideas and realizing marketing promotions in the form of digital campaigns that can be found on the Ruparupa platform. The main concept underlying the work during the internship is the 4P marketing mix concept, particularly the Promotions variable, which also known as the promotional mix by Kotler & Keller (2016). The main challenges during the internship were the advantages of competitors and the differences in the application of theoretical concepts in the workplace. After working for approximately six hundred; fifty-two hours, it can be concluded that the activities of the Campaign Squad focus on marketing communication; sales promotion and personal selling.

Keywords: *marketing promotions, e-commerce, campaign, marketing communications.*

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

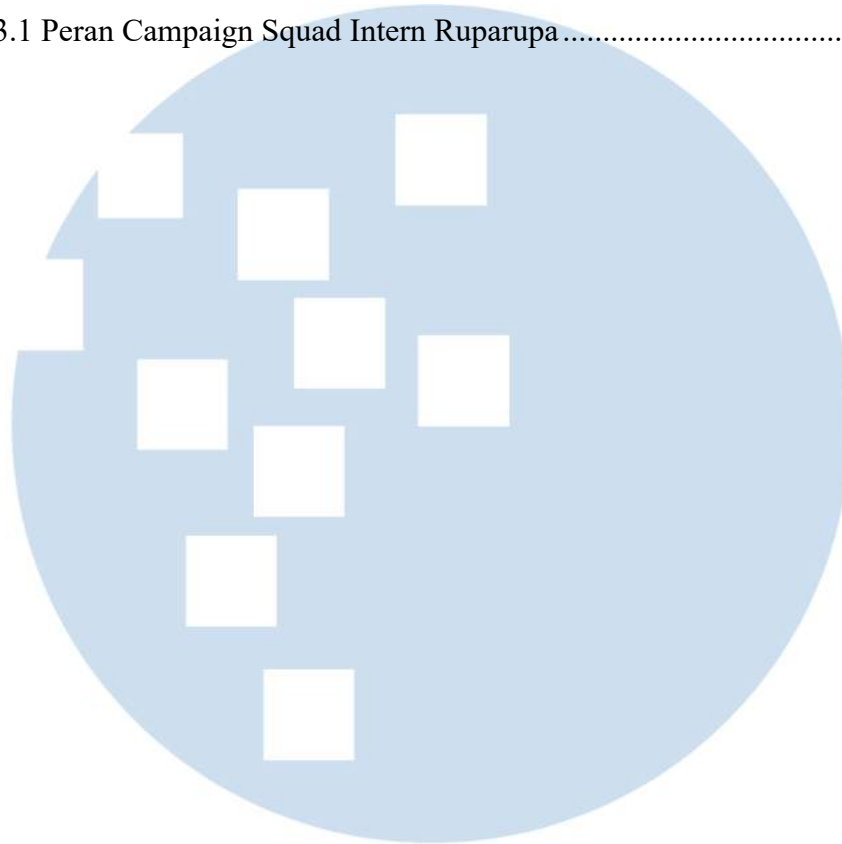
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan 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 Tentang Kawan Lama Group	11
2.2 Visi Misi Perusahaan	12
2.3 Struktur Organisasi	13
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	16
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang	16
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang	17
3.2.1 Tugas Kerja Magang	17
3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang	18

3.2.3	Kendala Utama	38
3.2.4	Solusi	39
BAB IV	SIMPULAN DAN SARAN	41
4.1	Simpulan	41
4.2	Saran	41
DAFTAR PUSTAKA		45
LAMPIRAN		47
	Lampiran A Surat Pengantar Magang (MBKM-01)	47
	Lampiran B Kartu MBKM Internship (MBKM-02)	48
	Lampiran C Daily Task (MBKM-03)	49
	Lampiran D Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM-04)	117
	Lampiran E Surat Penerimaan Perusahaan (LoA)	118
	Lampiran F Formulir Konsultasi Magang	119
	Lampiran G Hasil Cek Plagiarisme via Turnitin	120
	Lampiran H <i>Curriculum Vitae</i> (CV)	122



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Peran Campaign Squad Intern Ruparupa 18



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Weekly Online Shopping Activities.....	2
Gambar 2.1 Struktur Organisasi Ruperupa	13
Gambar 2.2 Struktur Departemen Marketing Ruperupa	14
Gambar 3.1 Template Pengajuan Trello	19
Gambar 3.2 Lampiran Promo PCP "Maygical Deals!"	21
Gambar 3.3 Lampiran Promo Microsite "Keceriaan Ramadan"	22
Gambar 3.4 Wireframe Pembuatan Promo "Keceriaan Ramadan"	23
Gambar 3.5 Pameran UOB Booth Ruperupa	24
Gambar 3.6 Competitor Monitoring	28
Gambar 3.7 Pop-Up Banner Shopee	29
Gambar 3.8 Banner Countdown Shopee.....	30
Gambar 3.9 Trello Flash Sale Ataru 20 Maret.....	36

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Pengantar Magang (MBKM-01)	47
Lampiran B Kartu MBKM Internship (MBKM-02).....	48
Lampiran C Daily Task (MBKM-03)	49
Lampiran D Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM-04)	117
Lampiran E <i>Curriculum Vitae</i> (CV) (MBKM-05).....	122
Lampiran F Surat Penerimaan Perusahaan (LoA)	118
Lampiran G Formulir Konsultasi Magang.....	119
Lampiran H Hasil Cek Plagiarisme via Turnitin.....	120

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA