

**AKTIVITAS STRATEGIC PLANNING PADA DEPARTEMEN
STRATEGIS DI FCN (FTW AGENCY)**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

YEMIMA WILLONA ARISTO

0000056237

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA

NUSANTARA TANGERANG

2024

**AKTIVITAS STRATEGIC PLANNING PADA DEPARTEMEN
STRATEGIS DI FCN (FTW AGENCY)**



LAPORAN MAGANG

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

YEMIMA WILLONA ARISTO

00000056237

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

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Yemima Willona Aristo

Nomor Induk Mahasiswa : 00000056237

Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

AKTIVITAS STRATEGIC PLANNING PADA DEPARTEMEN STRATEGIS DI FCN (FTW 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 maupun dalam pemagangan laporan magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah MBKM *Internship* yang telah saya tempuh.

Tangerang, 16 Mei 2024



(Yemima Willona Aristo)

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan Magang dengan judul

AKTIVITAS *STRATEGIC PLANNING* PADA DEPARTEMEN STRATEGIS DI FCN (FTW AGENCY)

Oleh

Nama : Yemima Willona Aristo

NIM : 00000056237

Program Studi : Ilmu

Komunikasi Fakultas : Ilmu

Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 31 Mei 2024

Pembimbing

**Digitally signed
by Lolita Lavietha Date:
2024.05.30
15:51:34 +07'00'**

Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom.

NIDN 0327019001

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky
Anugrah Bangun
2024.05.30 19:37:22
+07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun. M.Si.

NIDN 0304078404

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**AKTIVITAS STRATEGIC PLANNING PADA DEPARTEMEN
STRATEGIS DI FCN (FTW AGENCY)**

Oleh

Nama : Yemima Willona Aristo

NIM : 00000056237

Program Studi : Ilmu

Komunikasi Fakultas : Ilmu

Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 4 Juni 2024

Pukul 13.00 s.d 14.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

Ketua Sidang

Theresia Lavietha Vivire Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIDN 0327019001

Penguji

Cendera Rizky Anugrah Bangun.M.Si.
NIDN 0304078404

Pembimbing

Theresia Lavietha Vivire Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIDN 0327019001

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun. M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Yemima Willona Aristo

NIM : 00000056237

Program Studi : Ilmu

Komunikasi Fakultas : Ilmu

Komunikasi

Jenis Karya : 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:

AKTIVITAS STRATEGIC PLANNING PADA DEPARTEMEN STRATEGIS DI FCN (FTW AGENCY)

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 tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai pemegang / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 16 Mei
2024 Yang
menyatakan,



(Yemima Willona Aristo)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya pemagangan laporan magang ini dengan judul: **AKTIVITAS STRATEGIC PLANNING PADA DEPARTEMEN STRATEGIS DI FCN (FTW 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, 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, M.Si. selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom. sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya laporan ini.
5. Bapak/Ibu Dosen selaku Ketua Sidang dan Bapak/Ibu Dosen selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Kepada Perusahaan PT. Setinggi Langit Kreatif Indonesia, Flock Tomorrow atau FTW, sebagai salah satu unit bisnis Future Creative Network.
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga pemegang dapat menyelesaikan laporan magang ini.

Semoga laporan magang ini dapat memberikan pembelajaran dan juga sumber informasi yang berguna bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 16 Mei 2024



(Yemima Willona Aristo)

AKTIVITAS STRATEGIC PLANNING PADA DEPARTEMEN STRATEGIS DI FCN (FTW AGENCY)

Yemima Willona Aristo

ABSTRAK

Perkembangan industri periklanan Indonesia yang telah menggerakkan ekonomi kreatif negara berdampak langsung pada pertumbuhan bisnis dan minat pada agensi periklanan. FTW, salah satu unit bisnis FCN, adalah agensi periklanan yang terkenal karena pencapaiannya di dunia periklanan hingga ke kancah internasional. Dalam operasi bisnisnya, salah satu kedudukan penting untuk mendukung riset pemasaran yang dibutuhkan untuk menghasilkan karya iklan efektif adalah *Strategic Planner* atau profesi yang juga diambil dalam kerja magang ini. Tujuan dari kerja magang yang dilakukan adalah mengetahui aktivitas dari *Strategic Planner* serta menambah keterampilan teknis dan keterampilan non teknis yang relevan untuk posisi tersebut. Konsep tahap riset pemasaran digunakan dalam laporan ini untuk memberikan landasan dalam menguraikan proses kerja yang dilalui di lapangan. Selama melakukan proses kerja magang, kendala utama adalah masalah operasional seperti keterbatasan waktu dan sumber daya dalam melakukan riset pemasaran. Setelah menyelesaikan aktivitas magang selama kurang lebih lima bulan, dapat disimpulkan bahwa beberapa teori riset pemasaran yang diajarkan tidak sepenuhnya diterapkan, tetapi pengetahuan dasar pada konsep tersebut dan kemampuan riset yang sebelumnya didapatkan di masa perkuliahan sangat membantu dalam proses adaptasi dengan tuntutan kerja yang ada di FTW sebagai seorang *Strategic Planner Intern*.

Kata kunci: *Strategic Planner*, Riset Pemasaran, Agensi Periklanan, FTW

STRATEGIC PLANNING ACTIVITY IN STRATEGIST

DEPARTMENT IN FCN (FTW Agency)

Yemima Willona Aristo

ABSTRACT

The development of Indonesia's advertising industry, which has driven the country's creative economy, has directly impacted the growth of business and interest in advertising agencies. FTW, one of the business units of FCN, is a renowned advertising agency known for its achievements in the advertising world, even on an international level. In its business operations, one of the key positions that supports the marketing research needed to produce effective advertisements is the Strategic Planner, a role also undertaken in this internship. The aim of this internship was to understand the activities of a Strategic Planner and to enhance the relevant hard and soft skills for the position. The concept of the marketing research stage is used in this report to provide a foundation for outlining the work process experienced in the field. During the internship, the main challenges were operational issues such as time constraints and limited resources for conducting marketing research. After completing the internship activities for approximately five months, it can be concluded that some of the marketing research theories taught were not fully applied, but the fundamental knowledge of these concepts and the research skills previously acquired during university studies greatly aided the adaptation process to the job demands at FTW as a Strategic Planner Intern.

Keywords: Strategic Planner, Marketing Research, Advertising Agency, FTW

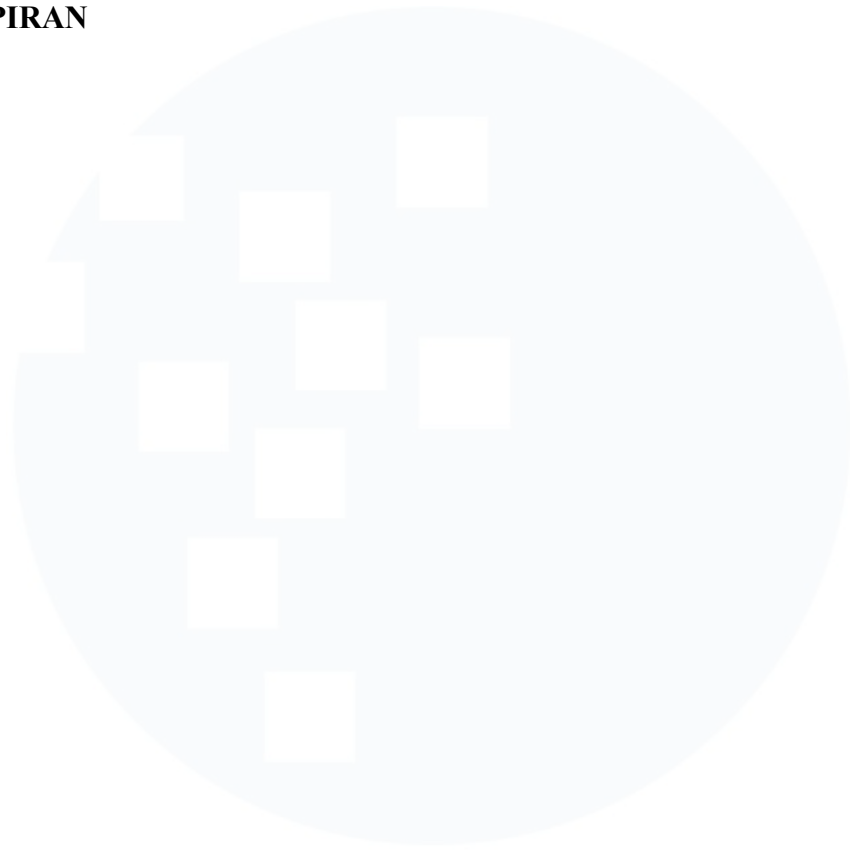
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	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	6
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	6
BAB II	
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	9
2.1 Sejarah Singkat Future Creative Network & FTW agency	9
2.1.1 Visi Misi	12
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	13
BAB III	
PELAKSANAAN KERJA MAGANG	15
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	15
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	17
3.2.1 Tugas Kerja Magang	17
3.2.2 Uraian Kerja Magang	21
3.3 Kendala yang Ditemukan	41
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	41
BAB IV	
SIMPULAN DAN SARAN	42
4.1 Simpulan	42
4.2 Saran	42
4.2.1 Saran untuk Perusahaan	43
4.2.2 Saran untuk Universitas	43
4.2.3 Saran untuk Mahasiswa	44

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

45
48



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

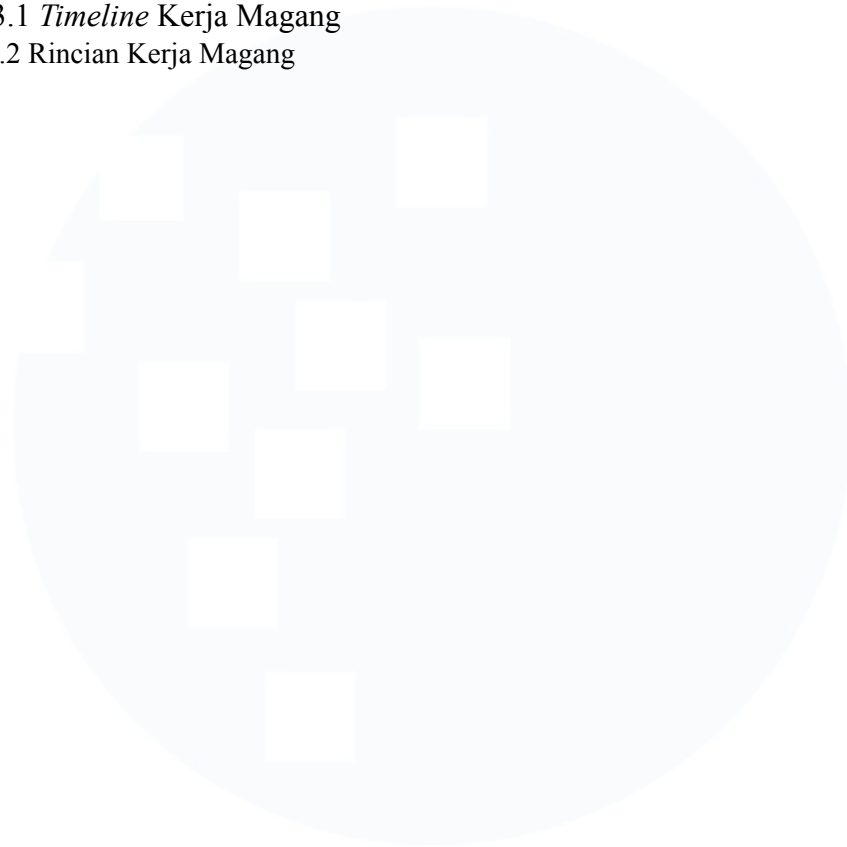
DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 *Timeline* Kerja Magang

19

Tabel 3.2 Rincian Kerja Magang

20



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Fastest Growing Agencies</i>	3
Gambar 1.2 <i>Highest Achievement Winner</i>	3
Gambar 1.3 <i>Indonesia's Hottest Agencies</i>	4
Gambar 2.1 Logo FCN	9
Gambar 2.2 Jaringan Perusahaan FCN	11
Gambar 2.3 Kategori Bisnis FCN	11
Gambar 2.4 Iklan Sasa Bon Tabur	12
Gambar 2.5 Struktur Organisasi FTW	13
Gambar 3.1 Bagan Alur Komunikasi	16
Gambar 3.2 <i>Key to A Well-Written Campaign Plan</i>	21
Gambar 3.3 <i>Campaign Brief</i>	22
Gambar 3.4 <i>Brand Entrance</i>	23
Gambar 3.5 Kuesioner	25
Gambar 3.6 List Pertanyaan <i>In-Depth Interview</i>	26
Gambar 3.7 Hasil Penyebaran Kuesioner	27
Gambar 3.8 Hasil <i>In-Depth Interview</i>	28
Gambar 3.9 tinjauan kompetitif Kegiatan Komunikasi	29
Gambar 3.10 Pemetaan Strategi Komunikasi	30
Gambar 3.11 Hasil <i>Finding 1</i>	31
Gambar 3.12 Hasil <i>Finding 2</i>	32
Gambar 3.13 Hasil <i>Finding 3</i>	32
Gambar 3.14 Pemetaan Target Audiens	33
Gambar 3.15 Pemetaan masalah 1	35
Gambar 3.16 Pemetaan masalah 2	35
Gambar 3.17 Pemetaan masalah 3	36
Gambar 3.18 Pemetaan <i>Proposition</i>	37
Gambar 3.19 <i>Deck Strategic Direction</i>	38
Gambar 3.20 Hasil Revisi <i>Proposition</i>	39
Gambar 3.21 <i>Pitch Deck Final PUCK</i>	40

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Tabel Rincian Pekerjaan	49
Lampiran B Surat Pengantar MBKM 01	53
Lampiran C Surat Penerimaan Magang	54
Lampiran D Kartu MBKM 02	55
Lampiran E Daily Task MBKM 03	56
Lampiran F Lembar Verifikasi Laporan MBKM 04	57
Lampiran G Formulir Konsultasi Magang	58
Lampiran H Hasil Turnitin	59
Lampiran I <i>Curriculum Vitae</i>	60

