

**PERAN *DIGITAL MARKETING INTERN* DALAM PROJECT SUN
ENTREPRENEUR PT SUN LIFE FINANCIAL INDONESIA**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

Pricilla Angel Wijaya

0000057435

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

**PERAN *DIGITAL MARKETING INTERN* DALAM PROJECT SUN
ENTREPRENEUR PT SUN LIFE FINANCIAL INDONESIA**



LAPORAN MAGANG

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Pricilla Angel Wijaya

00000057435

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

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Pricilla Angel Wijaya

Nomor Induk Mahasiswa : 00000057435

Program studi : Komunikasi Strategis

Laporan Magang Penelitian dengan judul:

PERAN *DIGITAL MARKETING INTERN* DALAM PROJECT SUN ENTREPRENEUR PT SUN LIFE FINANCIAL INDONESIA

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, 19 Juni 2024



Handwritten signature of Pricilla Angel Wijaya.

Pricilla Angel Wijaya

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan Magang dengan judul

PERAN *DIGITAL MARKETING INTERN* DALAM PROJECT SUN ENTREPRENEUR PT SUN LIFE FINANCIAL INDONESIA

Oleh

Nama : Pricilla Angel Wijaya
NIM : 00000057435
Program Studi : Komunikasi Strategis
Fakultas : Ilmu Komunikasi


Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 7 Juni 2024

Pembimbing


Ikhsan Mustafa Nur, S.E., M.Si
NIDN 0305018604

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi


Cendera Rizky
Anugrah Bangun
2024.06.08
16:40:22 +07'00'

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

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**PERAN *DIGITAL MARKETING INTERN* DALAM PROJECT SUN
ENTREPRENEUR PT SUN LIFE FINANCIAL INDONESIA**

Oleh

Nama : Pricilla Angel Wijaya
NIM : 00000057435
Program Studi : Komunikasi Strategis
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 19 Juni 2024

Pukul 08.00 s/d 09.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing

Penguji

Ikhsan Mustafa Nur, S.E., M.Si.
0305018604

Eko Hadi Saputro.,S.E.,M.M
0303056102

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.SI.
0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Pricilla Angel Wijaya
NIM : 00000057435
Program Studi : Komunikasi Strategis
Fakultas : Ilmu Komunikasi
JenisKarya : Laporan Magang

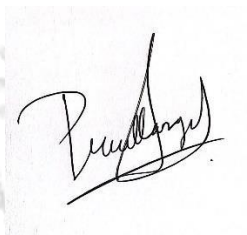
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PERAN *DIGITAL MARKETING INTERN* DALAM PROJECT SUN ENTREPRENEUR PT SUN LIFE FINANCIAL INDONESIA

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

Tangerang, 7 Juni 2024

Yang menyatakan,



Pricilla Angel Wijaya

KATA PENGANTAR

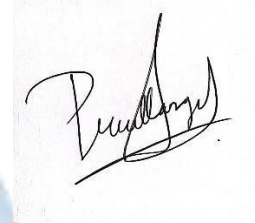
Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul:

“PERAN *DIGITAL MARKETING INTERN* DALAM PROJECT SUN ENTREPRENEUR PT SUN LIFE FINANCIAL INDONESIA” 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 Universitas Multimedia Nusantara.
3. Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Ikhsan Mustafa Nur, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya dalam membimbing, mengarahkan, dan membantu proses penyusunan laporan.
5. Bapak/Ibu Dosen selaku Ketua Sidang dan Bapak/Ibu Dosen selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Perusahaan PT Sun Life Finansial Indonesia karena telah memberikan kesempatan magang selama 6 (enam) bulan.
7. Bapak Kaiser Simanungkalit selaku *Vice President Head of Brand, Communication, and Client Experience* Sun Life Indonesia karena telah menjadi mentor selama proses pelaksanaan magang.
8. Bapak Hermawan Kurnianto selaku *Head of Digital Marketing* Sun Life Indonesia yang berperan sebagai supervisi.
9. Ibu Henty Anggreini selaku *Digital Marketing Manager* yang telah berperan sebagai supervisi dan pembimbing lapangan.
10. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

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

Tangerang, 7 Juni 2024



Pricilla Angel Wijaya



**PERAN *DIGITAL MARKETING INTERN* DALAM PROJECT SUN
ENTREPRENEUR PT SUN LIFE FINANCIAL INDONESIA**

Pricilla Angel Wijaya

ABSTRAK

Roadmap yang dibuat oleh OJK menyatakan bahwa 93% pelaku industri asuransi optimis akan pertumbuhan selama lima tahun ke depan dengan berfokus pada lima poin, yaitu digitalisasi (25%), penguatan ekosistem (24%), pembukaan saluran pemasaran baru (17%), penguatan jumlah pemasar (17%), dan penguatan pemodal (11%). Praktik kerja magang dilakukan untuk mengimplementasikan konsep *O2O Marketing Strategy* sebagai dasar utama dalam kampanye program Sun Entrepreneur di PT. Sun Life Financial Indonesia. Sun Life adalah perusahaan yang bergerak di bidang penyedia layanan jasa keuangan dalam bentuk ragam produk asuransi, serta solusi pengelolaan kekayaan dan aset, baik untuk individu maupun korporasi. Berperan sebagai *Digital Marketing Intern*, ragam aktivitas yang dilakukan untuk meningkatkan *brand awareness* dan *brand traffic* program Sun Entrepreneur meliputi perancangan dan publikasi konten, monitoring konten dan *event*, koordinasi konten dan iklan dengan berbagai pihak, serta menganalisa dan mengevaluasi metrik data kampanye. Teori dan konsep yang digunakan selama praktik kerja magang adalah *O2O Marketing Strategy* (Light & Birthwhistle, 2015:3), *Social Media Marketing* (Chaffey, 2015), *Content Marketing* (Kotler, 2017:125), *Online Marketing: Landing Page & Website* (Ash, 2008), dan *Data Analysis & Reporting* (Fauzi, 2022). Kendala utama yang dihadapi adalah program kampanye Sun Entrepreneur kurang mengoptimalkan aktivitas konsep *online marketing* lain pada basis web, seperti SEO & SEM, serta metrik yang ditetapkan untuk *website* terlalu sedikit dan general. Setelah menyelesaikan program kerja magang di PT Sun Life Financial Indonesia selama enam bulan, dapat disimpulkan bahwa peran *Digital Marketing* sangat menunjang peningkatan *brand awareness performance* dan *brand traffic* perusahaan, dan terdapat berbagai aktivitas komunikasi pemasaran digital yang dapat diimplementasikan oleh penulis.

Kata kunci: *Digital Marketing, Brand Awareness, Sun Life, Social Media, Website*

THE ROLE OF A DIGITAL MARKETING INTERN IN THE SUN ENTREPRENEUR PROJECT AT PT SUN LIFE FINANCIAL INDONESIA

Pricilla Angel Wijaya

ABSTRACT

The roadmap developed by the Financial Services Authority (OJK) states that 93% of insurance industry players are optimistic about growth over the next five years, focusing on five key points: digitalization (25%), strengthening the ecosystem (24%), opening new marketing channels (17%), increasing the number of marketers (17%), and enhancing capitalization (11%). The internship program was conducted to implement the O2O Marketing Strategy concept as the main foundation for the Sun Entrepreneur program campaign at PT Sun Life Financial, a company that provides financial services through various insurance products, as well as wealth and asset management solutions for both individuals and corporations. As a Digital Marketing Intern, various activities were carried out to enhance brand awareness and traffic for the Sun Entrepreneur program. These activities included designing and publishing content, monitoring content and events, coordinating content and advertisements with various parties, analysing and evaluating campaign data metrics. The theories and concepts applied during the internship were O2O Marketing Strategy (Light & Birthwhistle, 2015:3), Social Media Marketing (Chaffey, 2015), Content Marketing (Kotler, 2017:125), Online Marketing: Landing Page & Website (Ash, 2008), and Data Analysis & Reporting (Fauzi, 2022). The main challenge faced was that the Sun Entrepreneur campaign program did not fully optimize other online marketing activities on a web basis, such as SEO & SEM, also the metrics set for the website were too few and general. After completing the six-month internship program at PT Sun Life Financial Indonesia, it can be concluded that the role of Digital Marketing significantly supports the improvement of the company's brand awareness performance and brand traffic. Additionally, there are various digital marketing communication activities that can be implemented by the author.

Keywords: Digital Marketing, Brand Awareness, Sun Life, Social Media, Website

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
PERAN <i>DIGITAL MARKETING INTERN</i> DALAM PROJECT SUN ENTREPRENEUR PT SUN LIFE FINANCIAL INDONESIA	ix
ABSTRAK	ix
THE ROLE OF A DIGITAL MARKETING INTERN IN THE SUN ENTREPRENEUR PROJECT AT PT SUN LIFE FINANCIAL INDONESIA.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang	5
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	5
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	5
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	6
BAB II	8
2.1 Sejarah Singkat Sun Life Indonesia.....	8
2.2 Visi Misi Sun Life Indonesia.....	9
2.3 Logo dan Tagline Sun Life.....	9
2.4 Struktur Organisasi Sun Life Indonesia.....	10
BAB III.....	13
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	13
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	13
3.2.1 Tugas Kerja Magang.....	14
3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang.....	18
3.2.3 Kendala Utama	50

3.2.4 Solusi	50
BAB IV	51
4.1 Kesimpulan.....	51
4.2 Saran.....	52
4.2.1 Saran untuk Perusahaan	52
4.2.2 Saran untuk Universitas	52
4.2.3 Saran untuk Mahasiswa	52
DAFTAR PUSTAKA	53



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	6
Tabel 3.1 Lini Masa Praktik Kerja Magang	17
Tabel 3.2 Target Audiens Sun Entrepreneur	19
Tabel 3.3 <i>Touchpoints</i> Sun Entrepreneur	19
Tabel 3.4 Kegiatan Sun Entrepreneur dalam Model <i>O2O Marketing Strategy</i>	22
Tabel 3.5 Pengukuran <i>Digital Inbound Marketing</i>	27
Tabel 3.6 <i>Content Pillar</i> Sun Entrepreneur	28
Tabel 3.7 Metrik data Sun Entrepreneur	46
Tabel 3.8 <i>Data Analysis</i> Sun Entrepreneur di Media Sosial	48



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Premi dan Kontribusi di Indonesia (2018-2022).....	1
Gambar 1.2 Indeks Literasi dan Inklusi Keuangan	2
Gambar 1.3 Indeks Literasi Digital	2
Gambar 1.4 Data Pengguna Internet di Indonesia.....	3
Gambar 1.5 Data Saluran Digital Yang Paling Banyak Diakses	4
Gambar 2.1 Logo Sun Life.....	9
Gambar 2.2 <i>Tagline</i> Sun Life	10
Gambar 2.3 Struktur Organisasi Sun Life Indonesia	11
Gambar 2.4 Struktur Divisi <i>Marketing Communication</i>	11
Gambar 3.1 Hasil Riset yang dilakukan Kumparan.....	20
Gambar 3.2 Coffee Chit Chat #1- #5	22
Gambar 3.3 Kutipan Kalimat Narasumber Coffee Chit Chat sebagai Argumen Kuat.....	24
Gambar 3.5 Antusiasme Peserta saat Offline Event Coffee Chit Chat	25
Gambar 3.6 <i>Reference Pose Deck</i>	30
Gambar 3.7 Hasil <i>Campaign Ambassador Photoshoot</i>	31
Gambar 3.8 Kuota <i>Photoshoot</i> untuk setiap set	31
Gambar 3.9 SLI, Shakti & <i>Team</i> , Ibnu & <i>Team</i>	32
Gambar 3.10 GIF Sun Entrepreneur.....	33
Gambar 3.11 <i>Add Yours</i> Sun Entrepreneur	34
Gambar 3.12 <i>Frame</i> Sun Entrepreneur	34
Gambar 3.13 <i>Content Brief Recap Video Offline Event #5</i>	37
Gambar 3.14 <i>Testimonial Footage</i> Sun Entrepreneur.....	37
Gambar 3.15 Contoh Konten <i>Pre-Event</i> di @sunlife_id.....	38
Gambar 3.16 Contoh Konten <i>Pre-Event</i> di @ibnujamilo & @ririnekawati	38
Gambar 3.17 Contoh Konten <i>Pre-Event</i> di @kumparancom.....	39
Gambar 3.18 Contoh <i>Instagram Story</i> Offline Event Coffee Chit Chat	39
Gambar 3.19 Contoh Konten <i>Post-Event</i> di @sunlife_id	40
Gambar 3.20 Contoh Konten <i>Post-Event</i> di @ibnujamilo & @ririnekawati.....	41
Gambar 3.21 Contoh Konten <i>Post-Event</i> di @kumparancom	41
Gambar 3.22 <i>Landing Page</i> Sun Entrepreneur	43
Gambar 3.23 <i>Mission Card</i> Coffee Chit Chat.....	44
Gambar 3.24 Performa <i>Landing Page</i> Sun Entrepreneur.....	45
Gambar 3.25 <i>Final One Pager</i> Sun Entrepreneur	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A55

