

**AKTIVITAS MAGANG SEBAGAI STRATEGIC PLANNER DI  
HAKUHODO JAKARTA**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

**Maria Kristina**

**0000058601**

**PROGRAM STUDI STRATEGIC COMMUNICATION**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

**AKTIVITAS MAGANG SEBAGAI STRATEGIC PLANNER DI  
HAKUHODO JAKARTA**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN MBKM**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Strategic Communication

**Maria Kristina**

**0000058601**

**PROGRAM STUDI STRATEGIC COMMUNICATION**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Maria Kristina  
Nomor Induk Mahasiswa : 00000058601  
Program studi : Strategic Communication

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

### **AKTIVITAS MAGANG SEBAGAI STRATEGIC PLANNER DI HAKUHODO JAKARTA**

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

Tangerang, 11 Juni 2024



Maria Kristina

## **HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Maria Kristina  
NIM : 00000058601  
Program Studi : Strategic Communication  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Jenis Karya : Laporan MBKM

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 MAGANG SEBAGAI STRATEGIC PLANNER DI HAKUHODO JAKARTA**

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 penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 11 Juni 2024

Yang menyatakan,

  
Maria Kristina

## HALAMAN PENGESAHAN

### AKTIVITAS MAGANG SEBAGAI STRATEGIC PLANNER DI HAKUHODO JAKARTA

Oleh  
Nama : Maria Kristina  
NIM : 00000058601  
Program Studi : Strategic Communication  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 20 Juni 2024  
Pukul 11.00 s/d 12.00 dan dinyatakan  
LULUS  
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



**Helga Liliani Cakra Dewi, S.I.Kom., M.Comm.**  
NIDN: 0317089201

Penguji



**Eunike Iona Saptanti, S.I.Kom., M.I.Kom.**  
NIDN: 0328079401

Pembimbing



**Helga Liliani Cakra Dewi, S.I.Kom., M.Comm.**  
NIDN: 0317089201

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



**Cendera Rizky Anugerah Bangun, M.Si.**  
NIDN: 0304078304

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan MBKM *Track 1* ini dengan judul: “AKTIVITAS MAGANG SEBAGAI STRATEGIC PLANNER DI HAKUHODO JAKARTA” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar S1 Jurusan *Strategic Communication* 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 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 *Strategic Communication* Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Helga Liliani Cakra Dewi, sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya laporan kerja magang ini.
5. Bapak Rian Prabana, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan kerja magang ini.
6. Kepada seluruh tim *Strategic Planner* HakuHodo Jakarta yang telah memberikan bimbingan, pembelajaran, dan *support* atas proses kerja magang yang telah dilakukan
7. Orang tua, teman, dan sahabat yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.

Semoga dengan terselesaikannya laporan magang ini dapat menjadi prefrensi dan *insight* bagi Perusahaan, Kampus, serta Mahasiswa yang selanjutnya akan menjalankan program kerja magang baik pada posisi yang sama ataupun berbeda.

Tangerang, 11 Juni 2024



Maria Kristina

# AKTIVITAS MAGANG SEBAGAI STRATEGIC PLANNER DI HAKUHODO JAKARTA

Maria Kristina

## ABSTRAK

Bisnis terus berkembang di Indonesia yang menjadikan para pelaku bisnis berlomba untuk menciptakan strategi yang baru dan berbeda. Taktik-taktik ini beragam dan selalu inovatif seiring dengan perkembangan zaman terutama dalam dunia komunikasi pemasaran. Penting bagi sebuah *advertising agency* untuk berperan besar dalam mengembangkan industri komunikasi pemasaran di Indonesia. Salah satu agensi yang mengikuti perkembangan periklanan di Indonesia adalah HakuHodo Jakarta. Posisi yang dipilih pada kegiatan magang kali ini adalah *Strategic Planner*. *Strategic Planner* merupakan bagian yang akan merencanakan *big picture* dari sebuah kampanye atau iklan yang akan dibuat. Kegiatan magang ini bertujuan untuk membantu penulis mengasah *soft skill* dan *hard skill* melalui pengalaman kerja magang yang profesional melalui *real* dan *dummy project*. Melalui kegiatan kerja magang, penulis dapat mengimplementasikan praktik dan teori komunikasi pemasaran yang telah dipelajari ke dalam model kerja *integrated agency* milik HakuHodo Jakarta dalam melakukan *research*, *brainstorming*, dan penyusunan *creative brief* serta mendapatkan pengalaman dan pembelajaran terbaru. Setelah melakukan program kerja magang, penulis mendapat pembelajaran dalam perencanaan strategi komunikasi pemasaran dalam bentuk *campaign* ataupun *branding*.

**Kata kunci:** *Strategic Planner*, Komunikasi Pemasaran, *Advertising*, HakuHodo Jakarta



# INTERNSHIP ACTIVITY AS STRATEGIC PLANNER IN HAKUHODO JAKARTA

Maria Kristina

## ***ABSTRACT***

*Business continues to develop in Indonesia, which makes business owners compete to create new and different strategies. These tactics are varied and always innovative along with developments over time, especially in the world of marketing communications. It is important for an advertising agency to play a big role in developing the marketing communications industry in Indonesia. One of the agency that follows advertising developments in Indonesia is HakuHodo Jakarta. The position chosen for this internship activity is Strategic Planner. Strategic Planner plans the big picture of a campaign or advertisement that will be created. This internship activity aims to help writers hone soft skills and hard skills through professional internship work experience through real and dummy projects. Through internship activities, the author can implement marketing communication practices and theories that have been studied into the work model of HakuHodo Jakarta's integrated agency in conducting research, brainstorming and preparing creative briefs as well as gaining the latest experience and learning. After carrying out an internship program, the author learned how to plan marketing communication strategies in the form of campaigns or branding.*

**Keywords:** *Strategic Planner, Marketing Communication, Advertising, HakuHodo Jakarta*

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	2
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	3
HALAMAN PENGESAHAN .....	4
KATA PENGANTAR.....	5
ABSTRAK .....	7
ABSTRACT .....	8
DAFTAR ISI.....	9
DAFTAR TABEL.....	11
DAFTAR GAMBAR.....	12
DAFTAR LAMPIRAN .....	13
BAB I PENDAHULUAN.....	14
1.1. Latar Belakang.....	14
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang .....	17
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang .....	17
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang .....	18
1.3.3 Proses pengajuan dan penerimaan Tempat Kerja Magang .....	19
1.3.4 Proses Pelaksanaan Kerja Magang .....	19
1.3.5 Proses Pembuatan Laporan Kerja Magang .....	20
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....	22
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	22
2.1.1 Visi Misi.....	23
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan .....	24
2.3 Ruang Lingkup Divisi .....	27
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG .....	29
3.1 Kedudukan dan Koordinasi .....	29
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	30
3.3 Analysis Gap .....	45
3.4 Kendala yang Ditemukan .....	46
3.5 Solusi atas Kendala yang Ditemukan .....	46
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN .....	49

<b>4.1</b>	<b>Simpulan .....</b>	<b>49</b>
<b>4.2</b>	<b>Saran.....</b>	<b>50</b>
<b>4.2.1</b>	<b>Perusahaan.....</b>	<b>51</b>
<b>4.2.2</b>	<b>Saran Universitas .....</b>	<b>51</b>
<b>4.2.3</b>	<b>Saran untuk mahasiswa yang akan magang .....</b>	<b>52</b>
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>54</b>
	<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>56</b>



UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR TABEL

<a href="#">Tabel 1.1 Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan</a> .....	18
---	----



UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

<a href="#">Gambar 2.1 Logo Perusahaan HakuHodo Jakarta</a> .....	23
<a href="#">Gambar 2.2 Struktur Organisasi HakuHodo Jakarta</a> .....	24
<a href="#">Gambar 2.3 Struktur Organisasi Departemen <i>Strategic Planning</i> HakuHodo Jakarta</a> .....	25
<a href="#">Gambar 3.1 Skema Proses Kerja Magang Penulis di HakuHodo Jakarta</a> .....	30
<a href="#">Gambar 3.2 Alur Kerja <i>Strategic Planner</i> HakuHodo Jakarta</a> .....	33
<a href="#">Gambar 3.3 Proses IDI untuk Hemaviton</a> .....	36
<a href="#">Gambar 3.4 Format daftar pertanyaan dan jawaban IDI untuk Biore AQUA Rich</a> .....	36
<a href="#">Gambar 3.5 <i>Competitor analysis</i> untuk brand Pertamina Patra niaga</a> .....	37
<a href="#">Gambar 3.6 <i>Competitor analysis</i> untuk Bodrex</a> .....	38
<a href="#">Gambar 3.7 Pertamina International Shipping Findings</a> .....	39
<a href="#">Gambar 3.8 Hasil brand review untuk GIV White</a> .....	40
<a href="#">Gambar 3.9 Contoh <i>trend divers</i> untuk <i>trend</i> di 2024</a> .....	41
<a href="#">Gambar 3.10 Contoh <i>supporting data</i> untuk <i>trend divers</i> 2024</a> .....	42
<a href="#">Gambar 3.11 Contoh <i>emerging trend</i> untuk <i>trend divers</i> 2024</a> .....	42
<a href="#">Gambar 3.12 Proses brainstorming untuk corporate branding strategy PIS</a> .....	44
<a href="#">Gambar 3.13 Full Funnel Consumer Experience untuk campaign Pertamina Patraniaga</a> .....	45

## DAFTAR LAMPIRAN

<a href="#">A.Surat Pengantar MBKM (MBKM 01)</a> .....	56
<a href="#">B.Kartu MBKM (MBKM 02)</a> .....	57
<a href="#">C.Daily Task Kewirausahaan (MBKM 03)</a> .....	58
<a href="#">D.Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04)</a> .....	73
<a href="#">E.Lampiran Surat Penerimaan MBKM (LoA)</a> .....	74
<a href="#">F.Lampiran pengecekan hasil Turnitin</a> .....	75