

**KEGIATAN BRAND STRATEGIST DI
PT OMNI DIGITAMA INTERNUSA (RUPARUPA)**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

JESSICA CHANDRA

00000062999

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

2024

**KEGIATAN BRAND STRATEGIST DI
PT OMNI DIGITAMA INTERNUSA (RUPARUPA)**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk

Memenuhi Internship Track 1

JESSICA CHANDRA

0000062999

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

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama: Jessica Chandra
Nomor Induk Mahasiswa: 00000062999
Program studi: Ilmu Komunikasi

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

KEGIATAN BRAND STRATEGIST DI PT OMNI DIGITAMA INTERNUSA (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 maupun dalam penulisan laporan magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 21 Juni 2024



Jessica Chandra

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul

KEGIATAN BRAND STRATEGIST DI PT OMNI DIGITAMA INTERNUSA (RUPARUPA)

Oleh

Nama : Jessica Chandra
NIM : 00000062999
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Jumat, 21 Juni 2024
Pukul 12.30 s/d 13.30 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Cendera Rizky
Anugrah Bangun
2024.07.02
16:49:09 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

Penguji

Dr. Agustinus Rusdianto Berto, S.Sos., M.Si.
NIDN 0313088403

Pembimbing

Cendera Rizky
Anugrah
Bangun
2024.07.02
16:49:25 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky
Anugrah
Bangun
2024.07.02
16:49:40 +07'00'

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: Jessica Chandra
NIM: 00000062999
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:

KEGIATAN BRAND STRATEGIST DI PT OMNI DIGITAMA INTERNUSA (RUPARUPA)

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, 12 Juni 2024

Yang menyatakan,



Jessica Chandra

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul: “Kegiatan Brand Strategist di PT Omni Digitama Internusa (ruparupa)” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar S1 Jurusan 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 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., Ph.D. 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 dan Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya laporan magang ini.
4. Kak Lena Sabrina sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama proses kerja magang.
5. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan magang ini.

Semoga laporan magang ini dapat bermanfaat serta menjadi sumber informasi bagi para pembaca, terkhusus mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, Juni 2024



Jessica Chandra

KEGIATAN BRAND STRATEGIST DI PT OMNI DIGITAMA INTERNUSA (RUPARUPA)

Jessica Chandra

ABSTRAK

Program kerja magang merupakan salah satu syarat kelulusan yang diadakan oleh Universitas Multimedia Nusantara. Kerja magang berperan penting dalam memberikan pengalaman kerja secara nyata bagi mahasiswa. Oleh karena itu, penulis memilih ruparupa di bawah PT Omni Digitama Internusa sebagai tempat kerja magang. Alasan penulis memutuskan untuk bekerja di ruparupa adalah karena ruparupa memiliki Departemen Marketing dengan Tim Brand yang menghasilkan komunikasi pemasaran yang menarik sehingga penulis ingin belajar sebagai salah satu orang yang berperan dalam proses persiapan komunikasi pemasaran tersebut. Penting bagi sebuah perusahaan untuk melakukan manajemen merek agar selalu konsisten dalam melakukan *branding* serta membangun citra merek yang kuat. Kendala selama proses magang berlangsung adalah banyaknya pekerjaan yang perlu dilakukan dan harus melalui proses *approval* sehingga memerlukan waktu yang cukup banyak untuk bisa diselesaikan. Namun, tim *brand* yang sangat *open* serta mau mengajari penulis dalam hal manajemen *brand* membuat penulis merasa senang dalam menyelesaikan pekerjaan. Penulis juga banyak belajar tentang manajemen merek yang belum didapatkan selama perkuliahan.

Kata kunci: *management, brand, image*

BRAND STRATEGIST ACTIVITIES IN PT OMNI DIGITAMA INTERNUSA (RUPARUPA)

Jessica Chandra

ABSTRACT (English)

Internship program is one of the graduation requirements held by Multimedia Nusantara University. Internships play an important role in providing real work experience for students. Therefore, the author chose ruparupa under PT Omni Digitama Internusa as an internship place. The reason the author decided to work at ruparupa is because ruparupa has a marketing department with a brand division which produces interesting marketing communications so the author wants to learn as one of the people who plays a role in the marketing communications preparation process. It is important for a company to carry out brand management so that it is always consistent in branding and building a strong brand image. The obstacle during the internship process is that there is a lot of work that needs to be done and it has to go through an approval process so it takes quite a lot of time to complete. However, the brand team was very open and willing to teach the writer in terms of brand management, making the writer feel happy in completing the work. Author also learned a lot about brand management that she had not learned during lectures.

Keywords: management, brand, image

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	3
HALAMAN PENGESAHAN	4
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	5
KATA PENGANTAR	6
ABSTRAK	7
<i>ABSTRACT (English)</i>	8
DAFTAR ISI	9
DAFTAR TABEL	10
DAFTAR GAMBAR	11
DAFTAR LAMPIRAN	12
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
BAB II	
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	11
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	11
2.1.1 Visi Misi dan Nilai Perusahaan	14
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	16
BAB III	
PELAKSANAAN KERJA MAGANG	18
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	18
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	20
3.3 Kendala yang Ditemukan	41
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	42
BAB IV	
SIMPULAN DAN SARAN	43
4.1 Simpulan	43
4.2 Saran	45
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN	48

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas Brand Strategist Intern	20
Tabel 3.2 <i>Timeline</i> Brand Strategist Intern	21



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Skill</i> dalam Departemen Marketing yang Sulit Ditemukan	2
Gambar 1.2 Hootsuite (We Are Social) Data Digital Indonesia 2024	3
Gambar 2.1 Logo Kawan Lama Group	11
Gambar 2.2 Logo <i>Brand</i> dari Kawan Lama Group	12
Gambar 2.3 Logo PT Omni Digitama Internusa	13
Gambar 2.4 Logo ruparupa	13
Gambar 2.5 Struktur Organisasi ruparupa	15
Gambar 2.6 Struktur Tim Brand & Social Media	16
Gambar 3.1 Alur Kerja Trello	18
Gambar 3.2 Alur Koordinasi <i>Branding Request</i>	19
Gambar 3.3 Contoh <i>Brief</i>	22
Gambar 3.4 Contoh <i>Brief Static</i>	23
Gambar 3.5 Contoh <i>Brief Motion</i>	24
Gambar 3.6 Contoh <i>Brief Layout New Update Apps 1</i>	25
Gambar 3.7 Contoh <i>Brief Layout New Update Apps 2</i>	26
Gambar 3.8 Ilustrasi Trello	27
Gambar 3.9 Contoh <i>Branding</i>	29
Gambar 3.10 Contoh <i>Wording</i>	31
Gambar 3.11 <i>Customer Gift Box</i>	35
Gambar 3.12 Konsep Kuis dalam Sesi <i>Games</i>	36
Gambar 3.13 Hadiah Pemenang Kuis	36
Gambar 3.14 <i>Mockup Dekorasi Press Conference</i>	37
Gambar 3.15 <i>Wording E-invitation Media</i>	38
Gambar 3.16 <i>Brief Materi Press Conference</i>	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A - Surat Pengantar MBKM (MBKM 01)	52
Lampiran B - <i>Letter of Acceptance</i>	53
Lampiran C - Kartu MBKM (MBKM 02)	54
Lampiran D - <i>Daily Task</i> (MBKM 03)	55
Lampiran E - Lembar Verifikasi Laporan MBKM (MBKM 04)	59
Lampiran F - Konsultasi Magang	60
Lampiran G - Curriculum Vitae (CV)	61
Lampiran H - Hasil Turnitin	62
Lampiran I - Semua hasil karya tugas yang dilakukan selama MBKM	63

