

**PERAN DATA ANALYST DALAM MENINGKATKAN
EFEKTIVITAS IKLAN SOSIAL MEDIA PADA
PT.POLLAR JAYA ABADI**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Michele Stepanie

0000055477

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS TEKNIK DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2025

**PERAN DATA ANALYST DALAM MENINGKATKAN
EFEKTIVITAS IKLAN SOSIAL MEDIA PADA
PT.POLLAR JAYA ABADI**



LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Komputer

Michele Stepanie

00000055477

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS TEKNIK DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Michele Stepanie

Nomor Induk Mahasiswa : **00000055477**

Program studi : Sistem Informasi

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

Peran Data Analyst Dalam Meningkatkan Efektivitas Iklan Sosial Media Pada PT. Pollar Jaya Abadi

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, 14 Januari 2025



(Michele Stepanie)

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Michele Stepanie
NIM : 00000055477
Program Studi : Sistem Informasi
Fakultas : Teknik dan Informatika
JenisKarya : Laporan MBKM

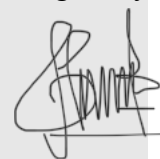
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PERAN DATA ANALYST DALAM MENINGKATKAN EFEKTIVITAS IKLAN SOSIAL MEDIA PADA PT. POLLAR JAYA ABADI

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, 14 Januari 2025

Yang menyatakan,



(Michele Stepanie)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan MBKM ini dengan judul: **“Peran Data Analyst Dalam Meningkatkan Efektivitas Iklan Sosial Media Pada PT. Pollar Jaya Abadi”** dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar S1 Jurusan Sistem Informasi Pada Fakultas Teknik dan Informatika 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. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Eng. Niki Prastomo, S.T., M.Sc., selaku Dekan Fakultas Teknik dan Informatika Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Ririn Ikana Desanti, S.Kom, M.Kom., selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Johan Setiawan, S.Kom., MM., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Ibu Elysa Noy, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Kepada Perusahaan PT. Pollar Jaya Abadi, sebagai penyedia program magang.

Tangerang, 14 Januari 2025



(Michele Stepanie)

PERAN DATA ANALYST DALAM MENINGKATKAN EFEKTIVITAS IKLAN SOSIAL MEDIA PADA PT. POLLAR JAYA ABADI

(Michele Stepanie)

ABSTRAK

Penelitian ini membahas peran *Data Analyst* dalam meningkatkan efektivitas iklan sosial media pada PT. Pollar Jaya Abadi, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang pemasaran dan distribusi produk konsumen. Seiring dengan berkembangnya strategi pemasaran digital, pemanfaatan data menjadi kunci utama dalam mengoptimalkan kinerja iklan di berbagai platform sosial media seperti Instagram, Facebook, dan TikTok. Dalam laporan ini, dianalisis bagaimana seorang *Data Analyst* mengumpulkan, mengolah, dan menginterpretasikan data iklan untuk membantu perusahaan mengambil keputusan yang lebih terarah dan berbasis data. Hasil analisis menunjukkan bahwa dengan pendekatan berbasis data, PT. Pollar Jaya Abadi mampu meningkatkan relevansi konten iklan, menargetkan audiens yang lebih spesifik, dan mengalokasikan anggaran iklan secara lebih efisien. Hal ini berdampak pada peningkatan konversi penjualan dan memperluas jangkauan pasar secara signifikan. Selain itu, *peran Data Analyst* membantu perusahaan mengidentifikasi tren pasar, memperbaiki strategi kampanye yang kurang efektif, dan merancang pendekatan pemasaran yang lebih adaptif terhadap perubahan perilaku konsumen. Dengan demikian, Data Analyst memiliki kontribusi yang signifikan dalam mengoptimalkan strategi pemasaran digital di PT. Pollar Jaya Abadi.

Kata kunci: Efektivitas Iklan, Sosial Media, Analisis Data, Pemasaran Digital

**THE ROLE OF DATA ANALYST IN IMPROVING THE
EFFECTIVENESS OF SOCIAL MEDIA ADVERTISING AT
PT. POLLAR JAYA ABADI**

(Michele Stepanie)

ABSTRACT (English)

This research discusses the role of Data Analysts in increasing the effectiveness of social media advertising at PT. Pollar Jaya Abadi, a company engaged in marketing and distribution of consumer products. As digital marketing strategies develop, utilizing data is the main key in optimizing advertising performance on various social media platforms such as Instagram, Facebook and TikTok. In this report, we analyze how a Data Analyst collects, processes and interprets advertising data to help companies make more targeted and data-based decisions. The analysis results show that with a data-based approach, PT. Pollar Jaya Abadi is able to increase the relevance of advertising content, target more specific audiences, and allocate advertising budgets more efficiently. This has an impact on increasing sales conversions and significantly expanding market reach. In addition, the Data Analyst role helps companies identify market trends, improve less effective campaign strategies, and design marketing approaches that are more adaptive to changing consumer behavior. Thus, Data Analysts have a significant contribution in optimizing digital marketing strategies at PT. Pollar Jaya Abadi.

Keywords: : *Data Analyst, Advertising Effectiveness, Social Media, Data Analysis, Digital Marketing*

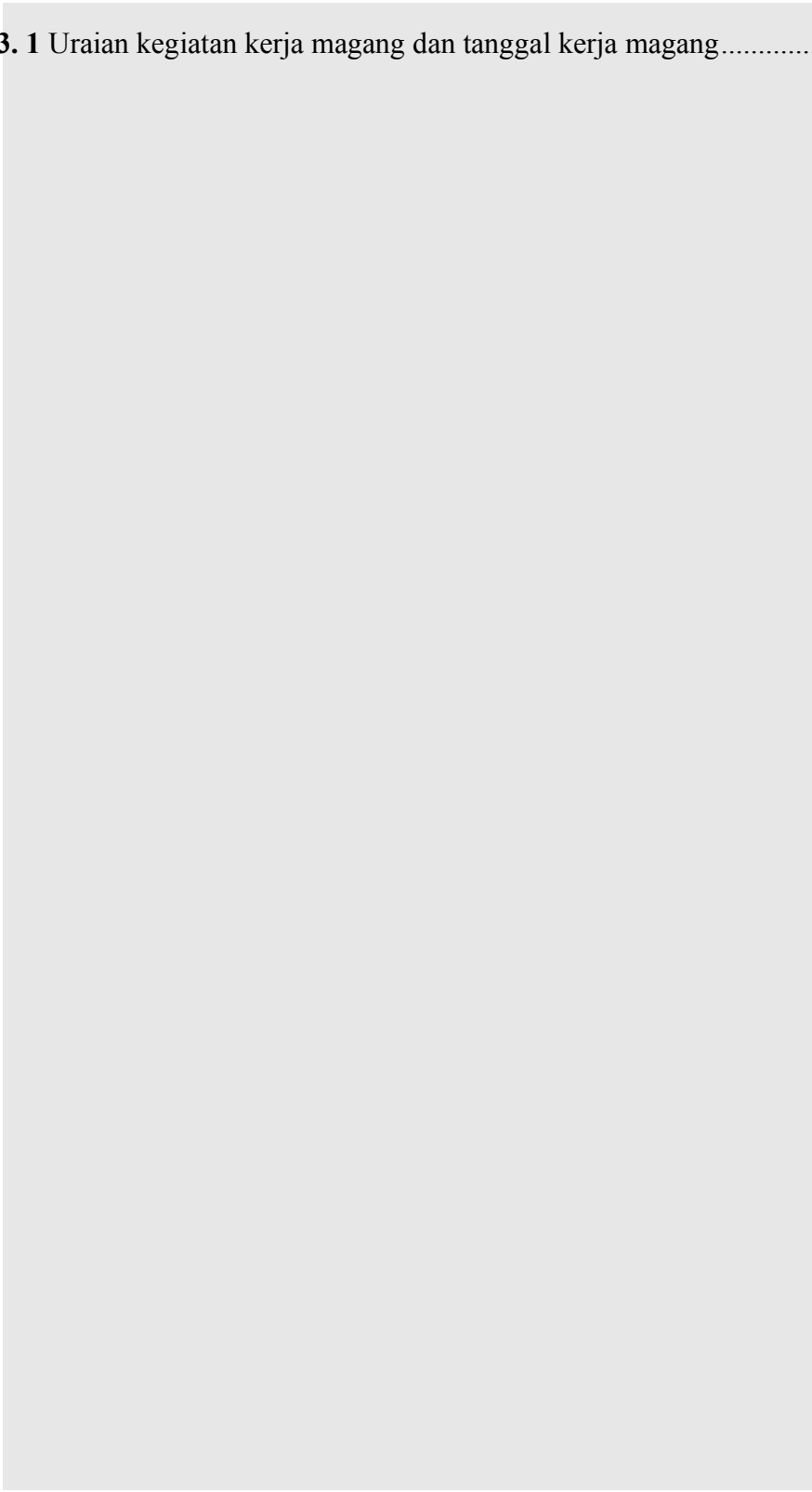
DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT (English)	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....	3
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	3
1.3.1 Waktu pelaksanaan kerja magang	3
1.3.2 Prosedur pelaksanaan kerja magang	3
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	5
2.1 Deskripsi Perusahaan	5
2.1.1 Visi Misi	6
2.1.2 Misi Perusahaan	6
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	6
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	7
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	7
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	8

3.2.1 Tugas Magang yang dilakukan.....	8
3.2.2 Tugas Kerja Magang Harian	9
3.2.2.2 Pengenalan jobdesc yang akan dilakukan serta tools yang akan digunakan	10
3.2.2.3 Proyek 1 : Project menganalisa data iklan client pada sosial media dengan menggunakan visualisasi python.	10
3.3 Kendala yang Ditemukan.....	35
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	36
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	37
4.1 Simpulan	37
4.2 Saran	37
DAFTAR PUSTAKA.....	39
LAMPIRAN.....	41

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Uraian kegiatan kerja magang dan tanggal kerja magang.....	20
--	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah pengguna media sosial di Indonesia dalam berbagai macam platform tahun 2024	1
Gambar 2. 1 Logo PT. Pollar Jaya Abadi	5
Gambar 2. 2 Tabel struktur perusahaan	6
Gambar 3. 1 Posisi dalam kerja magang	7
Gambar 3. 2 Pengenalan jobdesc selama program magang berlangsung	10
Gambar 3. 3 data client yang memasang iklan di Pollar Project	11
Gambar 3. 4 Import library python	11
Gambar 3. 5 Memasukkan dataset dalam python	12
Gambar 3. 6 Memfilter data pada python	12
Gambar 3. 7 Menampilkan data setelah di filter	13
Gambar 3. 8 Menampilkan statistik deskriptif	13
Gambar 3. 9 Mengatur ukuran grafik	14
Gambar 3. 10 Memasukkan nama metrik untuk visualisasi	14
Gambar 3. 11 Membuat piechart pada python	15
Gambar 3. 12 Hasil visualisasi dari kinerja iklan brand MS Silver	15
Gambar 3. 13 Import library pada python dan memasukkan dataset	17
Gambar 3. 14 Memfilter data pada Python	17
Gambar 3. 15 Menampilkan data setelah di filter	18
Gambar 3. 16 Menghitung hasil yang didapatkan selama kampanye	18
Gambar 3. 17 Membuat visualisasi piechart pada python	18
Gambar 3. 18 Menghitung durasi kampanye	19
Gambar 3. 19 Total hasil kinerja iklan pada Shabrina Batik	19
Gambar 3. 20 Hasil dari iklan brand Shabrina Batik	20
Gambar 3. 21 Import library pada python dan memasukkan dataset	21
Gambar 3. 22 Memfilter data pada python	22
Gambar 3. 23 Menampilkan data setelah difilter	22
Gambar 3. 24 Menghitung statistik kampanye	22
Gambar 3. 25 Membuat visualisasi piechart pada python	23
Gambar 3. 26 Menghitung durasi kampanye	23
Gambar 3. 27 Piechart distribusi hasil kampanye	24
Gambar 3. 28 Total hasil kinerja iklan brand Butchers	24
Gambar 3. 29 Hasil dari iklan brand Butchers	25
Gambar 3. 30 Data client Pollar Project bulan Mei-Juli 2024	27
Gambar 3. 31 Import library pada python	27
Gambar 3. 32 Memasukkan dataset	28
Gambar 3. 33 Cleansing data	28
Gambar 3. 34 Membuat visualisasi	29
Gambar 3. 35 Cleansing data untuk visualisasi selanjutnya	29

Gambar 3. 36 Membuat visualisasi distribusi klien	30
Gambar 3. 37 Visualisasi pengaruh promo	30
Gambar 3. 38 Membuat visualisasi data tren jumlah klien	31
Gambar 3. 39 Mengurutkan data berdasarkan kategori.....	31
Gambar 3. 40 Membuat visualisasi tren klien per bulan	31
Gambar 3. 41 Hasil visualisasi distribusi jumlah client per bulan	32
Gambar 3. 42 Visualisasi hasil distribusi client berdasarkan paket layanan	33
Gambar 3. 43 Visualisasi pengaruh harga promo terhadap paket yang dipilih ...	34
Gambar 3. 44 Visualisasi tren jumlah client per bulan.....	35

DAFTAR LAMPIRAN

A. Surat Pengantar MBKM - MBKM 01	41
B. Kartu MBKM - MBKM02	42
C. Daily Task Kewirausahaan (MBKM 03)	42
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM – MBKM04.....	56
E. Surat Penerimaan MBKM (LoA)	57
F. Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin	58