

**PERAN *DIGITAL STRATEGIST* DI
PT DIGITRAFFIC INDONESIA**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

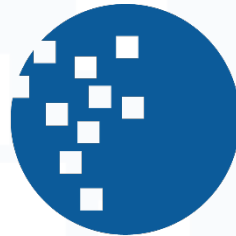
LAPORAN MAGANG

Raudhah Salsabila Surbakti

00000061620

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**PERAN *DIGITAL STRATEGIST* DI
PT DIGITRAFFIC INDONESIA**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Raudhah Salsabila Surbakti

00000061620

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

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Raudhah Salsabila Surbakti

Nomor Induk Mahasiswa : 00000061620

Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

PERAN *DIGITAL STRATEGIST* DI PT DIGITRAFFIC 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, 6 Januari 2025

A handwritten signature in black ink is written over a pink 1000 Rupiah stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'REPUBLIK INDONESIA', '1000', and 'METERAI TEMPEL'. A unique identification number '6998AALX353473080' is printed at the bottom of the stamp.

(Raudhah Salsabila Surbakti)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**PERAN *DIGITAL STRATEGIST* DI PT DIGITRAFFIC
INDONESIA**

Oleh
Nama : Raudhah Salsabila Surbakti
NIM : 00000061620
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 15 Januari 2025
Pukul 10.00 s/d 11.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Dr. Indiwani Seto Wahjuwibowo, M.Si.
NIDN 0308036601

Penguji



Riatun, S.Sos., M.I.Kom
NIDN 0302077803

Pembimbing



Dr. Indiwani Seto Wahjuwibowo, M.Si.
NIDN 0308036601

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 : Raudhah Salsabila Surbakti

NIM : 00000061620

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 Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Peran *Digital Strategist* di PT *Digitraffic* Indonesia

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, 6 Januari 2025

Yang menyatakan,



(Raudhah Salsabila Surbakti)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan Magang ini dengan judul: “**Peran Digital Strategist di PT Digitraffic Indonesia**” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Jurusan 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 Laporan Magang 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. Rismi Juliadi, S.T., 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.
4. Bapak Dr. Indiwon Seto Wahjuwibowo, M.Si., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya Laporan Magang ini.
5. Bapak Reiza Nurrafi, sebagai Pembimbing Lapangan (*Supervisor*) yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas menjalani terselesainya Laporan Magang ini.
6. Kepada Perusahaan, terutama teman dalam satu divisi *Digital Strategist*, yaitu Kak Aji, Kak Whiwdon, Kak Lidya, Kak Riri, Kak Tara, Kak Geika dan Kak Tasya yang telah membantu mengajarkan hal yang perlu diketahui dan mau diajak untuk berdiskusi bersama selama magang.
7. Kepada Perusahaan, terutama teman-teman di luar divisi, yaitu Kak Kana, Kak Tiara, Kak Tiur, Kak Gamar, Kak Diwa, Shifa, dan Arsyad, yang telah membantu penulis untuk cepat beradaptasi dalam lingkungan magang.

8. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material, moral, dan segala macam motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Magang ini.
9. Kepada Regita, Wita, Firstlady, Betari, Celine, Keiko, Najwa, Ivana dan juga teman kuliah lainnya yang telah memberikan arahan, *feedback*, dukungan motivasi, dan inspirasi bagi penulis untuk semangat mengerjakan Laporan Magang ini hingga selesai.

Semoga Laporan Magang ini dapat memiliki manfaat dan kegunaan terhadap banyak hal, terutama dalam memberikan sebuah gambaran hingga pelajaran bagi para pembacanya, khususnya para sivitas akademik Universitas Multimedia Nusantara yang berminat untuk menggeluti profesi sebagai *Digital Strategist* dalam agensi kelak.

Tangerang, 6 Januari 2025



(Raudhah Salsabila Surbakti)

PERAN *DIGITAL STRATEGIST* DI PT DIGITRAFFIC INDONESIA

(Raudhah Salsabila Surbakti)

ABSTRAK

Program magang merupakan pengalaman penting bagi mahasiswa untuk menerapkan teori ke praktik dunia kerja. Laporan ini mendokumentasikan pemangang di PT DGtraffic Indonesia sebagai *Digital Strategist Intern* dari Februari hingga Juli 2024. Selama lima bulan, pemangang terlibat dalam perencanaan strategis hingga produksi konten, yang bertujuan meningkatkan kehadiran digital klien di media sosial. Proses magang memberikan kesempatan untuk memahami strategi komunikasi pemasaran berbasis digital, analisis data, serta kolaborasi antar-divisi, seperti *Ads*, *Social Media*, dan *Multimedia*. Kendala utama adalah manajemen waktu, akses alat analitik, dan tuntutan *multitasking*, namun dapat diatasi melalui perencanaan prioritas, diskusi tim, serta inisiatif menggunakan alternatif solusi. Program ini memperluas wawasan penulis terkait tren digital, meningkatkan keterampilan komunikasi, kerja sama tim, serta kesiapan menghadapi tantangan profesional di industri pemasaran digital.

Kata kunci: *Digital Strategist*, *Digital Marketing*, *Digital Marketing Communication*, *Integrated Marketing Communication*, Perencanaan Strategis.

THE ROLE OF DIGITAL STRATEGIST AT PT DIGITRAFFIC INDONESIA

(Raudhah Salsabila Surbakti)

ABSTRACT

The internship program is a crucial experience for students to apply theoretical knowledge to practical work. This report documents the internship at PT DGtraffic Indonesia as a Digital Strategist Intern from February to July 2024. Over five months, the intern was involved in strategic planning and content production aimed at enhancing clients' digital presence on social media. The internship provided opportunities to understand digital marketing communication strategies, data analysis, and cross-departmental collaboration with Ads, Social Media, and Multimedia teams. The main challenges were time management, access to analytical tools, and multitasking demands, which were addressed through prioritization planning, team discussions, and alternative solutions. This program broadened the intern's insights into digital trends, improved communication and teamwork skills, and enhanced readiness to face professional challenges in the digital marketing industry.

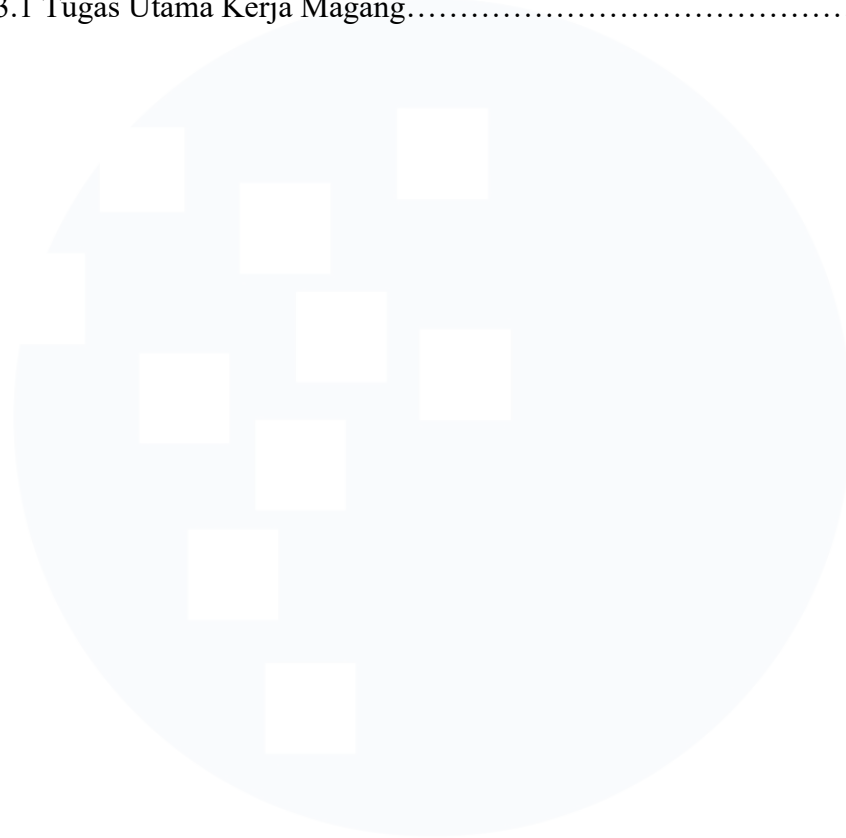
Keywords: *Digital Strategist, Digital Marketing, Digital Marketing Communication, Integrated Marketing Communication, Strategic Planning.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	2
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	4
KATA PENGANTAR.....	5
ABSTRAK.....	7
ABSTRACT.....	8
DAFTAR ISI.....	9
DAFTAR TABEL.....	10
DAFTAR GAMBAR.....	11
DAFTAR LAMPIRAN.....	12
BAB I PENDAHULUAN	13
1.1 LATAR BELAKANG.....	13
1.2 MAKSUD DAN TUJUAN KERJA MAGANG.....	16
1.3 WAKTU DAN PROSEDUR PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....	16
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	20
2.1 SEJARAH SINGKAT PERUSAHAAN.....	20
2.1.1 Visi dan Misi Perusahaan.....	22
2.2 STRUKTUR ORGANISASI PERUSAHAAN.....	24
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	26
3.1 KEDUDUKAN DAN KOORDINASI.....	26
3.2 TUGAS DAN URAIAN KERJA MAGANG.....	28
3.3 KENDALA YANG DITEMUKAN.....	44
3.4 SOLUSI ATAS KENDALA YANG DITEMUKAN.....	44
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	46
4.1 SIMPULAN.....	46
4.2 SARAN.....	46
DAFTAR PUSTAKA.....	48
LAMPIRAN.....	50

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas Utama Kerja Magang..... 30



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penggunaan Media Sosial dalam Lingkup Global.....	14
Gambar 2.1 Logo DGtraffic Indonesia.....	20
Gambar 2.2 Infografis dari Sejarah DGtraffic Indonesia.....	21
Gambar 2.3 Daftar Klien DGtraffic Indonesia.....	22
Gambar 2.4 Struktur Organisasi DGtraffic Indonesia.....	24
Gambar 3.1 Struktur Divisi Digital Strategist di DGtraffic Indonesia.....	26
Gambar 3.2 Alur Kerja Digital Strategist di DGtraffic Indonesia.....	27
Gambar 3.3 Objective dalam Proposal Brand SunnyGold.....	32
Gambar 3.4 Penggunaan Analytic Tools dalam Proposal Brand Physiogel.....	33
Gambar 3.5 Penggunaan Industry Analysis sebagai Insight Pendukung.....	34
Gambar 3.6 Perencanaan Content Pillar untuk Instagram Brand SHARP.....	35
Gambar 3.7 Perencanaan Content Pillar untuk TikTok Brand Vegeto.....	36
Gambar 3.8 Pemaparan Referensi untuk Content Pillar TikTok Brand Vegeto...	37
Gambar 3.9 Contoh Aktivasi Media Sosial dalam Proposal Brand Cantas.....	38
Gambar 3.10 Rencana Budget untuk Proposal Brand SunnyGold.....	40
Gambar 3.11 Content Production untuk IG Reels Brand Ceres.....	41
Gambar 3.12 Contoh Content TikTok Brand PIKOPI yang Penulis Terlibat.....	42
Gambar 3.13 Contoh Content Instagram Reels Brand Ceres.....	43



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A - Surat Pengantar MBKM (MBKM 01).....	50
Lampiran B - Surat Pengantar Kerja Magang (KM 02).....	51
Lampiran C - Kartu MBKM (MBKM 02).....	52
Lampiran D - <i>Daily Task</i> MBKM (MBKM 03).....	53
Lampiran E - Lembar Verifikasi Laporan MBKM (MBKM 04).....	55
Lampiran F - Surat Penerimaan MBKM (LoA).....	56
Lampiran G - Curriculum Vitae (CV).....	57
Lampiran H - Pengecekan Hasil Turnitin.....	58
Lampiran I - Counseling Meeting Report.....	59
Lampiran J - Hasil Karya Tugas yang Dilakukan Selama Magang.....	60

