

AKTIVITAS *DIGITAL MARKETING INTERN*

DI PT GRAHA FARMA



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Lian Marella Cahyadi

0000056491

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

2025

AKTIVITAS *DIGITAL MARKETING INTERN*

DI PT GRAHA FARMA



LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Lian Marella Cahyadi

00000056491

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

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Lian Marella Cahyadi

Nomor Induk Mahasiswa : 00000056491

Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

AKTIVITAS DIGITAL MARKETING INTERN DI PT GRAHA FARMA 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, 2 Januari 2025



(Lian Marella Cahyadi)

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul

AKTIVITAS DIGITAL MARKETING INTERN DI PT GRAHA FARMA

Oleh

Nama : Lian Marella Cahyadi

NIM : 00000056491

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Sabtu, 11 Januari 2025

Pukul 10.00 s/d 11.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Dian Nuranindya S.E., M.Si.

NIDN 0314128502

Maria Advenita Gita Elmada, S.I.Kom., M.Si.

NIDN 0309129202

Pembimbing

Dian Nuranindya S.E., M.Si.

NIDN 0314128502

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 : Lian Marella Cahyadi

NIM : 00000056491

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

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:

AKTIVITAS DIGITAL MARKETING INTERN DI PT GRAHA FARMA

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, 2 Januari 2025

Yang menyatakan,



(Lian Marella Cahyadi)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul: **“AKTIVITAS *DIGITAL MARKETING INTERN* DI PT GRAHA FARMA**” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Jurusan Strategic Communication Pada 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. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Dian Nuranindya, S.E., M.Si., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Pak Putut Yudho, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Kepada Perusahaan PT Graha Farma yang telah memberikan kesempatan saya untuk mengasah kemampuan saya melalui pengalaman magang secara langsung di lapangan.
7. Kepada setiap atasan serta rekan kerja di PT Graha Farma yang telah menerima dan mendukung saya selama pelaksanaan praktik kerja magang.
8. Kepada setiap keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.
9. Kepada teman-teman penulis yang telah membantu memberikan bantuan dukungan moral dan masukan sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.

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

Tangerang, 2 Januari 2025



(Lian Marella Cahyadi)

AKTIVITAS *DIGITAL MARKETING INTERN* DI PT GRAHA FARMA

(Lian Marella Cahyadi)

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital di Indonesia telah membawa banyak perubahan signifikan pada berbagai sektor industri, tak terkecuali industri kecantikan Indonesia. Selaras dengan perkembangan teknologi digital ini, strategi dalam bidang marketing juga turut beradaptasi dan berkembang. Salah satu bidang marketing yang sering di gunakan pada masa kini adalah *digital marketing*. Bidang *digital marketing* sendiri memanfaatkan beberapa *platform* dalam pelaksanaan strateginya, yakni seperti *e-commerce*, media sosial, dan website. Laporan ini menelaah pengalaman saya sebagai *Digital marketing intern* di PT Graha Farma Surakarta selama empat bulan. PT Graha Farma sendiri merupakan perusahaan farmasi yang sudah berdiri sejak lama, yang sekarang sedang melebarkan sayapnya dengan merambah di bidang kecantikan. Kegiatan magang ini berfokus pada digital marketing, dengan beberapa tugas utama yakni melakukan analisis SEO untuk produk *skincare* perusahaan, menjalin kolaborasi dengan *key opinion leaders* (KOL) dan agensi, serta melakukan optimasi iklan berbayar (ads) untuk meningkatkan visibilitas dan konversi penjualan. Hasil dari kegiatan magang ini menunjukkan kepada pemegang bahwa pengelolaan merek kecantikan perlu melibatkan beberapa aspek yang saling terkait, seperti peningkatan *awareness*, penjualan, layanan pelanggan, dan kualitas produk. Magang kali ini memberikan pemegang pemahaman mendalam mengenai strategi pemasaran digital, serta pengalaman berharga dalam industri kecantikan.

Kata kunci: Digital marketing, Industri kecantikan, Optimisasi iklan



DIGITAL MARKETING INTERN ACTIVITIES AT PT GRAHA FARMA

(Lian Marella Cahyadi)

ABSTRACT (English)

The development of digital technology in Indonesia has brought significant changes to various industrial sectors, including the Indonesian beauty industry. In line with the advancement of digital technology, marketing strategies have also adapted and evolved. One of the most commonly used marketing fields today is digital marketing. Digital marketing leverages several platforms for its strategies, including e-commerce, social media, and websites. This report examines my experience as a Digital Marketing Intern at PT Graha Farma Surakarta for four months. PT Graha Farma is an established pharmaceutical company that is now expanding into the beauty industry. This internship focused on digital marketing, with key responsibilities including SEO analysis for the company's skincare products, collaboration with key opinion leaders (KOLs) and agencies, as well as optimizing paid advertisements to enhance visibility and sales conversion. The results of this internship highlight the importance of interconnected aspects in managing a beauty brand, such as increasing awareness, driving sales, customer service, and product quality. This internship provided the intern with a deep understanding of digital marketing strategies and valuable experience in the beauty industry.

Keywords: *Digital marketing, Beauty industry, Advertisement optimization*

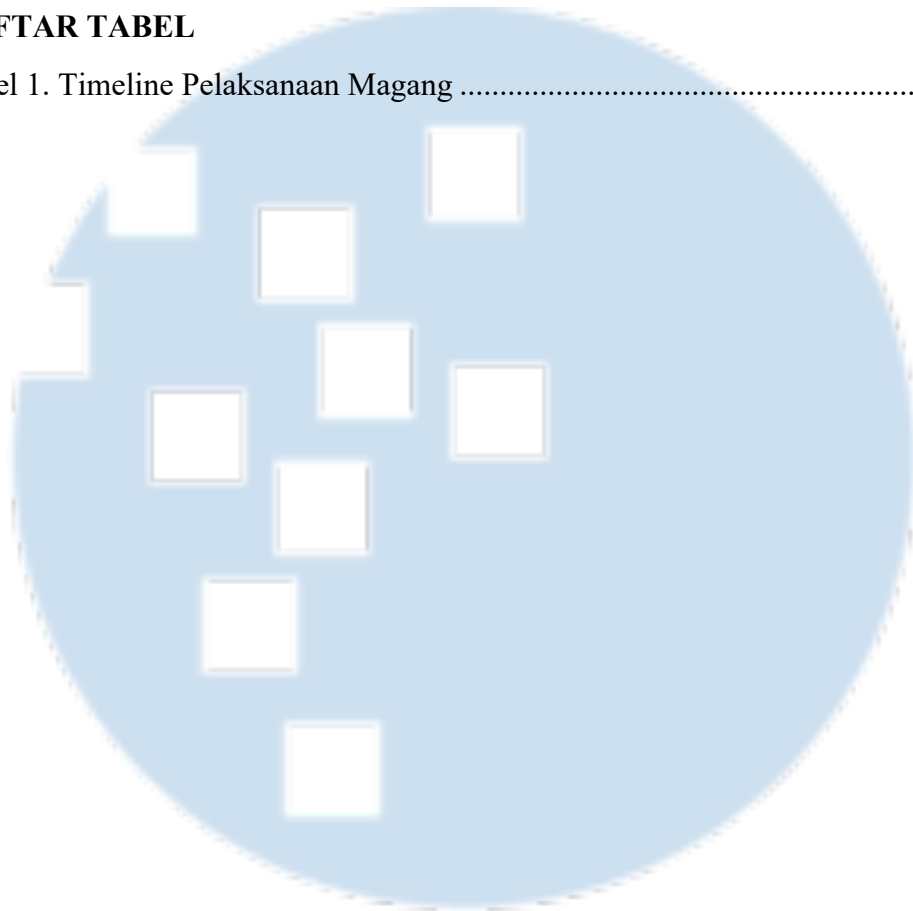


DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT (English)	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....	4
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	4
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	4
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	5
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	6
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	6
2.1.1 Visi Misi.....	7
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	8
BAB III PELAKSANAAN MAGANG.....	11
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	11
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	12
3.2.1 Tugas Kerja Magang	12
3.2.2 Uraian Kerja Magang.....	14
3.3 Kendala yang Ditemukan.....	22
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	23
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	25
4.1 Simpulan	25
4.2.1 Saran untuk Perusahaan	26
4.2.2 Saran untuk Universitas	26
4.2.3 Saran untuk Mahasiswa yang Akan Magang	26
DAFTAR PUSTAKA	27
LAMPIRAN.....	28

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Timeline Pelaksanaan Magang 13



UMMN

**UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA**

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Persentase penilaian kondisi kulit ideal 2
Gambar 2. Logo PT Graha Farma Sumber: data internal perusahaan 2024 6
Gambar 3. Struktur organisasi PT Graha Farma..... 8
Gambar 4. Struktur organisasi divisi Digital Marketing..... 9
Gambar 5. Alur kerja divisi Digital Marketing..... 12
Gambar 6. Pengaturan iklan di Shopee 14
Gambar 7. Gambar konten KOL Lore 21



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Pengantar MBKM – MBKM 01	28
Lampiran 2. Kartu MBKM – MBKM 02.....	29
Lampiran 3. Daily Task MBKM - MBKM 03	30
Lampiran 4. Lembar Verifikasi Laporan MBKM - MBKM 04.....	53
Lampiran 5. Form Bimbingan Magang.....	54
Lampiran 6. Pengecekan Hasil Turnitin.....	55
Lampiran 7. Curriculum Vitae	57

