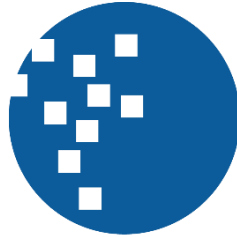


**AKTIVITAS DIGITAL MARKETING DI PT MORADI
(RETAIL ORANG TUA GROUP)**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

TANZANIA FEBRIANA

00000054777

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

2025

**AKTIVITAS DIGITAL MARKETING DI PT MORADI
(RETAIL ORANG TUA GROUP)**



LAPORAN MAGANG

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

TANZANIA FEBRIANA

0000054777

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Tanzania Febriana

Nomor Induk Mahasiswa : 00000054777

Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

AKTIVITAS DIGITAL MARKETING DI PT MORADI (RETAIL ORANG TUA GROUP)

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, 5 Januari 2025



Tanzania Febriana

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM Magang dengan judul
**AKTIVITAS DIGITAL MARKETING DI PT MORADI
(RETAIL ORANG TUA GROUP)**

Oleh

Nama : Tanzania Febriana
NIM : 00000054777
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 16 Januari 2025
Pukul 16.00 s/d 17.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

Ketua Sidang

Digitally signed
by Chininta
Date: 2025.01.22
15:00:06 +07'00'

Chininta Rizka Angelia, S.I.Kom., M.Si
NIDN 0320079201

Penguji

Selvi Amalia, S.Pi., M.Si.
NIDN 032510800

Pembimbing

Digitally signed
by Chininta
Date:
2025.01.22
15:00:25 +07'00'

Chininta Rizka Angelia, S.I.Kom., M.Si
NIDN 0320079201

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Digitally signed by
Cendra Rizky Anugrah
Bangun
Date: 2025.01.24
10:41:58 +07'00'

Cendra Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., 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 : Tanzania Febriana

NIM : 00000054777

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 DI PT MORADI (RETAIL ORANG TUA GROUP)

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 laporan MBKM saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 5 Januari 2025

Yang menyatakan,



Tanzania Febriana

U M N N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul: **“AKTIVITAS DIGITAL MARKETING DI PT MORADI (RETAIL ORANG TUA GROUP)”** dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi 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 tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Andrey Andoko 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., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Chininta Rizka Angelia, S.I.Kom, M.Si sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Ko Henry Yudha Wijaya sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Kepada Perusahaan Orang Tua Group yang telah memberikan kesempatan magang.
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.
8. Supervisi dan tim Orang Tua Group yang telah membimbing dan memberikan pengalaman baru di dunia nyata.
9. Rekan-rekan dan kerabat terdekat yakni Darren Nathaniel yang telah memberikan dukungan dan motivasi selama pelaksanaan magang.

Semoga karya ilmiah ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi ke depannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 5 Januari 2025



Tanzania Febriana



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

AKTIVITAS DIGITAL MARKETING DI PT MORADI

(RETAIL ORANG TUA GROUP)

Tanzania Febriana

ABSTRAK

Praktik kerja magang merupakan salah satu wadah bagi mahasiswa untuk mengimplementasikan secara nyata materi dan teori yang sudah dipelajari selama proses perkuliahan. Sebagai salah satu mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, pemegang melakukan praktik kerja magang di salah satu perusahaan FMCG terkemuka di Indonesia, yakni Orang Tua Group, lebih tepatnya pada PT Moradi. Selama proses kerja magang, pemegang memiliki tugas utama untuk menciptakan ide-ide konten yang kreatif, menjalin kerjasama dengan Key Opinion Leader, serta membuat *monthly evaluation report* untuk media sosial milik MOR. Melalui praktik kerja magang, pemegang memahami bahwa digital marketing merupakan salah satu unsur yang krusial dalam pengembangan sebuah *brand*. Selain itu, melalui praktik kerja magang ini pemegang dapat mengimplementasikan teori - teori yang sudah dipelajari selama proses perkuliahan, terutama teori yang berhubungan dengan *Social Media and Mobile Marketing Strategy*, yang tentunya berpengaruh juga terhadap peningkatan *soft skill* dan *hard skill* seperti *content creation*, *copywriting*, dan kemampuan editing video yang dimiliki oleh pemegang.

Kata kunci: *Digital marketing, FMCG, Key Opinion Leader, Konten Media Sosial, Orang Tua Group*

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

ACTIVITIES OF DIGITAL MARKETING AT PT MOTRADI

(RETAIL ORANG TUA GROUP)

Tanzania Febriana

ABSTRACT (English)

Internship serves as a platform for students to implement the theories dan concepts that they have learned during their academic studies. As a student of the Communication Studies Program, the intern undertook an internship at one of Indonesia's leading FMCG companies, Orang Tua Group, specifically at PT Moradi. During the internship, the intern's main responsibilities are consisted of generating creative content ideas, collaborating with Key Opinion Leaders, and creating monthly evaluation reports for MOR's social media. Through this internship experience, the intern gained an understanding that digital marketing is a crucial element in brand development. Furthermore, this internship allowed the intern to apply theories and concepts that has been learned before, spesifically those related to Social Media and Mobile Marketing Strategy. This experience also contributed to the enhancement of both the intern's soft skills and hard skills such as the skills to do content creation, copywriting, and video editing.

Keywords: *Digital marketing, FMCG, Key Opinion Leader, Orang Tua Group, Social Media Contents*

U M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR ISI

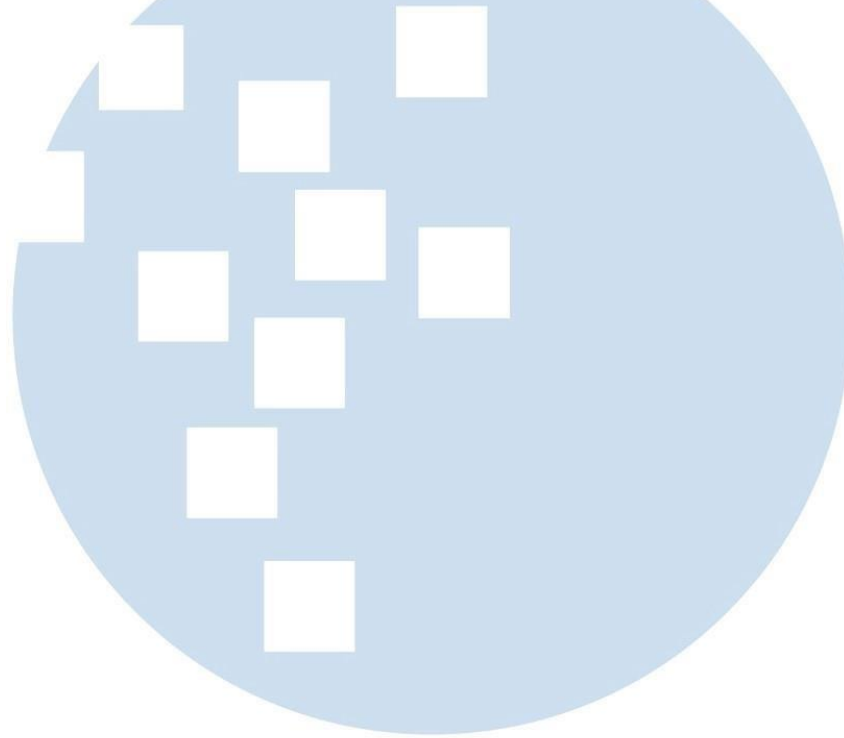
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	2
HALAMAN PENGESAHAN	3
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	3
KATA PENGANTAR	5
ABSTRAK	7
ABSTRACT (English)	8
DAFTAR ISI	9
DAFTAR TABEL	11
DAFTAR GAMBAR	12
DAFTAR LAMPIRAN	13
BAB I PENDAHULUAN	14
1.1 Latar Belakang	14
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang	18
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	18
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang.....	19
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	20
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	21
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	21
2.1.1 Logo Orang Tua Group	22
2.1.2 Logo PT Moradi (Mor Mart).....	24
2.1.3 Visi dan Misi Orang Tua Group.....	25
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	25
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	27
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	30
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	31
3.2.1 Tugas Kerja Magang.....	31

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang	32
3.3 Kendala yang Ditemukan	45
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	46
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	47
4.1 Simpulan	47
4.2 Saran	47
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN	52



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jadwal Pelaksanaan Magang Penulis	19
Tabel 3.1 Tugas Kerja Digital Marketing PT Moradi	31



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Jumlah Penjualan Produk Consumer Goods	14
Gambar 1.2 Outlet MOR di Cinere 8	15
Gambar 1.3 Data Pengguna Internet & Media Sosial di Indonesia 2024	16
Gambar 2.1 Retail MOR & Sub-Brandnya	22
Gambar 2.2 Logo Orang Tua Group	23
Gambar 2.3 Logo PT Moradi (MOR Mart).....	24
Gambar 2.4 Struktur Organisasi PT Moradi.....	26
Gambar 3.1 Content Plan Media Sosial MOR	33
Gambar 3.2 Bank Konten Media Sosial MOR	34
Gambar 3.3 Kegiatan Pengambilan Konten Video / Shooting	37
Gambar 3.4 Konten Instagram MOR	39
Gambar 3.5 Tangkapan Layar Percakapan Kerjasama dengan KOL.....	41
Gambar 3.6 Tangkapan Layar Reminder Visit Store KOL	42
Gambar 3.7 Post & Review Performa KOL.....	43
Gambar 3.8 Digital Marketing Report KOR	44
Gambar 3.9 Best Monthly Content MOR	45



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Pengantar MBKM (MBKM 01)	52
Lampiran B Kartu MBKM (MBKM 02)	53
Lampiran C Daily Task MBKM (MBKM 03)	54
Lampiran D Lembar Verifikasi Laporan MBKM (MBKM 04)	55
Lampiran E Surat Penerimaan MBKM (LoA)	56
Lampiran F Formulir Bimbingan Magang	57
Lampiran G Hasil Karya yang dilakukan selama MBKM	58
Lampiran H Pengecekan Hasil Turnitin	59
Lampiran I Curicculum Vitae (CV).....	60

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA