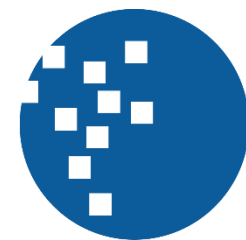


**LAPORAN MBKM/MERDEKA BELAJAR KAMPUS MERDEKA
IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI
PROMOSI DALAM INDUSTRI FILM DI PT BUANA CHANDRA ARTHA
PRATAMA JAKARTA**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Shelly Angelina

00000069889

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**LAPORAN MBKM/MERDEKA BELAJAR KAMPUS MERDEKA
IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI
PROMOSI DALAM INDUSTRI FILM DI PT BUANA CHANDRA ARTHA
PRATAMA JAKARTA**



LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Program Studi Manajemen

Shelly Angelina

00000069889

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Shelly Angelina
Nomor Induk Mahasiswa : 00000069889
Program studi : Manajemen

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

**LAPORAN MBKM/MERDEKA BELAJAR KAMPUS MERDEKA
IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI
PROMOSI DALAM INDUSTRI FILM DI PT BUANA CHANDRA ARTHA
PRATAMA JAKARTA**

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, 13 Juni 2025



(Shelly Angelina)

MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan Magang dengan judul
Laporan MBKM/Merdeka Belajar Kampus Merdeka Implementasi Digital Marketing
sebagai Strategi Promosi Dalam Industri Film di PT Buana Chandra Artha Pratama Jakarta

Oleh

Nama : Shelly Angelina
NIM : 00000069889
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 26 Mei 2025

Pembimbing

Elissa Dwi Leslari, S.Sos., M.S.M.

0306088501

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Ketua Program Studi Manajemen

Purnamaningsih, S.E., M.S.M., CBO

0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul
**LAPORAN MBKM/MERDEKA BELAJAR KAMPUS MERDEKA
IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI
PROMOSI DALAM INDUSTRI FILM DI PT BUANA CHANDRA ARTHA
PRATAMA JAKARTA**

Oleh
Nama : Shelly Angelina
NIM : 00000069889
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Jumat, 13 Juni 2025

Pukul 15.00 s/d 16.00 dan dinyatakan

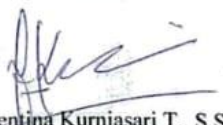
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing


Elissa Dwi Lestari, S.Sos., M.S.M
0306088501

Penguji


Prof. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., MBM.
0314047401

Ketua Program Studi Manajemen


Purnamaningsih, S.E., M.S.M., CBO.
0323047801

MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Shelly Angelina

NIM : 00000069889

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

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:

**LAPORAN MBKM/MERDEKA BELAJAR KAMPUS MERDEKA
IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI
PROMOSI DALAM INDUSTRI FILM DI PT BUANA CHANDRA ARTHA
PRATAMA JAKARTA**

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 Juni 2025

Yang menyatakan,



(Shelly Angelina)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan Magang ini dengan judul:

**“LAPORAN MBKM/MERDEKA BELAJAR KAMPUS MERDEKA
IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI
PROMOSI DALAM INDUSTRI FILM DI PT BUANA CHANDRA ARTHA
PRATAMA JAKARTA”**

dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S.M.) Jurusan Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis 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. Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Prof. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
3. Purnamaningsih, S.E., M.S.M., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Elissa Dwi Lestari, S.Sos., M.S.M., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Rendy Gunawan, S.M., M.A., sebagai Direktur Utama PT Buana Chandra Artha Pratama yang telah memberikan izin, kesempatan, serta dukungan penuh selama proses pelaksanaan MBKM.
6. Arga Wira Bames, S. Kom, MMSI., sebagai Manajer Marketing PT Buana Chandra Artha Pratama yang telah memberikan dukungan, arahan

pengalaman, serta memberikan kesempatan kepada penulis untuk terlibat langsung dalam kegiatan pemasaran selama pelaksanaan MBKM.

7. Irene Defrenda Hendri, S.I.Kom., sebagai Tim Marketing PT Buana Chandra Artha Pratama yang membantu, membimbing, dan memberikan semangat selama proses MBKM berlangsung.
8. M. Awaludin, S.Sos., sebagai Digital Kreator PT Buana Chandra Artha Pratama yang telah berbagi pengetahuan, memberikan bimbingan teknis, serta membantu proses produksi konten digital selama pelaksanaan MBKM.
9. Arthur Ariel Lipan., sebagai Tim Produksi PT Buana Chandra Artha Pratama yang telah memberikan dukungan, kerja sama, dan kontribusi positif selama pelaksanaan MBKM.
10. Seluruh jajaran manajemen dan staf PT Buana Chandra Artha Pratama yang telah menerima penulis dengan hangat, serta memberikan pengalaman belajar yang sangat berharga selama kegiatan penelitian berlangsung.
11. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.
12. Derian Clement dan Teman-teman lainnya yang selalu berbagi informasi, semangat, dan motivasi selama proses perkuliahan hingga penyusunan laporan ini.

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

Tangerang, 2 Juni 2025



(Shelly Angelina)

**LAPORAN MBKM/MERDEKA BELAJAR KAMPUS MERDEKA
IMPLEMENTASI DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI
PROMOSI DALAM INDUSTRI FILM DI PT BUANA CHANDRA ARTHA
PRATAMA JAKARTA**

(Shelly Angelina)

ABSTRAK

Laporan ini membahas pelaksanaan program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) dengan fokus pada implementasi digital marketing sebagai strategi promosi di industri film, khususnya di PT Buana Chandra Artha Pratama Jakarta. Pemilihan perusahaan ini didasarkan pada peran penting digital marketing dalam mengembangkan dan memperluas jangkauan promosi film melalui berbagai platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Selama pelaksanaan magang, ditemukan beberapa kendala seperti keterbatasan ide konten harian, tekanan deadline yang bertepatan, dan ketidakjelasan arahan dari atasan yang mempengaruhi efektivitas promosi. Sebagai solusi, dilakukan kolaborasi tim untuk mencari variasi konten kreatif, pengelolaan waktu yang lebih baik dengan penjadwalan konten, serta komunikasi rutin dengan atasan guna mendapatkan arahan yang lebih jelas. Hasil dari pelaksanaan ini memberikan pengalaman berharga dalam mengaplikasikan teori digital marketing secara praktis dan meningkatkan keterampilan dalam manajemen konten digital serta koordinasi tim. Laporan ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan strategi promosi digital di industri film.

Kata kunci: digital marketing, promosi film, konten media sosial, manajemen konten, strategi pemasaran

MBKM/INDEPENDENT LEARNING REPORT
INDEPENDENT OF DIGITAL MARKETING AS A
PROMOTIONAL STRATEGY IN THE FILM INDUSTRY AT
PT BUANA CHANDRA ARTHA PRATAMA JAKARTA

(Shelly Angelina)

ABSTRACT (English)

This report discusses the implementation of the Independent Campus Learning (MBKM) program, focusing on digital marketing as a promotional strategy in the film industry at PT Buana Chandra Artha Pratama Jakarta. The company was chosen due to the crucial role of digital marketing in expanding film promotion reach through platforms such as Instagram, TikTok, and YouTube. During the internship, several challenges were identified, including limited daily content ideas, overlapping deadlines, and unclear directions from supervisors that affected promotional effectiveness. As solutions, team collaboration was conducted to generate diverse creative content, improved time management with content scheduling, and regular communication with supervisors to obtain clearer guidance. The implementation provided valuable experience in applying digital marketing theory in practice and enhanced skills in digital content management and team coordination. This report is expected to serve as a reference for developing digital promotional strategies in the film industry.

Keywords: *digital marketing, film promotion, social media content, content management, marketing strategy*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	2
HALAMAN PENGESAHAN	3
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	5
KATA PENGANTAR	6
ABSTRAK	7
<i>ABSTRACT (English)</i>	8
DAFTAR ISI	10
DAFTAR TABEL	12
DAFTAR GAMBAR	13
DAFTAR LAMPIRAN	13
BAB I	
PENDAHULUAN	14
1.1 Latar Belakang	14
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang	19
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	21
BAB II	
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	23
2.1.1 Visi	24
2.1.2 Misi	24

2.1.3 Logo Perusahaan	26
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	28
BAB III	
PELAKSANAAN KERJA MAGANG	
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	33
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	35
3.2.1 Tugas Kerja Magang	35
3.2.2 Uraian Kerja Magang	37
3.3 Kendala yang Ditemukan	47
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	48
BAB IV	
SIMPULAN DAN SARAN	
4.1 Simpulan	49
4.2 Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN	56

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan	36
Tabel 3.2 Konten-Konten Youtube Yang Di Upload	41



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Perusahaan Multi Buana Group	23
Gambar 2.2 Dokumentasi Tempat Magang	26
Gambar 2.3 Logo Perusahaan PT Buana Chandra Artha Pratama	26
Gambar 2.4 Struktur Organisasi PT Buana Chandra Artha Pratama	28
Gambar 3.1 Alur Koordinasi Tim Digital Marketing	33
Gambar 3.2 Konten Film Pengin Hijrah, Ghost Soccer, & The Bell	38
Gambar 3.3 Katalog Dermavers	39
Gambar 3.4 Youtube MBK Productions	40
Gambar 3.5 Special Screening Film The Bell	44
Gambar 3.6 Special Event Dokumentasi	45
Gambar 3.7 Bukti <i>Chat Approach KOL</i>	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Pengantar MBKM - MBKM 01	56
Lampiran B Kartu MBKM - MBKM 02	58
Lampiran C Daily Task MBKM - MBKM 03	59
Lampiran D Lembar Verifikasi Laporan MBKM - MBKM 04	75
Lampiran E Surat Penerimaan MBKM (LoA)	76
Lampiran F Pengecekan Hasil Turnitin	77
Lampiran G Semua Hasil Karya Tugas Selama MBKM	82
Lampiran H Dokumentasi Kegiatan Magang	87