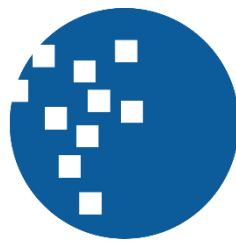


**Implementasi Digital Marketing dalam Pengelolaan Media Sosial
untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Viction.id**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Irhan Arizki

00000075926

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

**Implementasi Digital Marketing dalam Pengelolaan Media Sosial
untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Viction.id**



LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Program Studi Manajemen

Irhan Arizki

00000075926

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Irhan Arizki

Nomor Induk Mahasiswa : 00000075926

Program studi : Manajemen

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

Implementasi Digital Marketing dalam Pengelolaan Media Sosial untuk Meningkatkan Brand Awareness Viction.id

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 Juni 2025

 *n
METERAI
TEMPEL
8EF8AMX331821773
(Irhan Arizki)

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan MBKM dengan judul
**Implementasi Digital Marketing dalam Pengelolaan Media Sosial untuk
Meningkatkan *Brand Awareness* Viction.id**

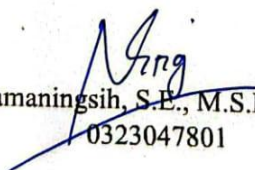
Oleh
Nama : Irhan Arizki
NIM : 00000075926
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Laporan Kerja Magang Universitas Multimedia Nusantara
Tangerang, Juni 2025

Pembimbing


Kanon Mornisen Wongkar, S.H., M.H., C.L.A.
0301078204

Ketua Program Studi Manajemen


Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O.
0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

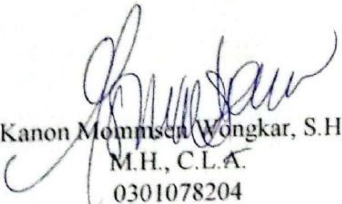
Laporan MBKM dengan judul
**Implementasi Digital Marketing dalam Pengelolaan Media Sosial untuk
Meningkatkan *Brand Awareness* Viction.id**

Oleh

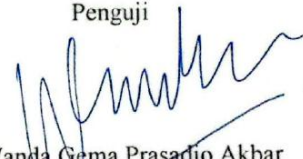
Nama : Irhan Arizki
NIM : 00000075926
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Selasa, 10 Juni 2025
Pukul 13.00 s/d 14.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

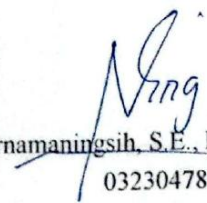
Pembimbing


Kanon Moimmsen Wongkar, S.H.,
M.H., C.L.A.
0301078204

Penguji


Dr. Wanda Gema Prasadio Akbar
Hidayat, S.M.B., M.M
0705069103

Ketua Program Studi Manajemen


Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O.
0323047801

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Irhan Arizki
NIM : 00000075926
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Jenis Karya : 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:

Implementasi Digital Marketing dalam Pengelolaan Media Sosial untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Viction.id

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,



(Irhan Arizki)

N U S A N T A R A

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan **Laporan MBKM** ini dengan judul: **“Implementasi Digital Marketing dalam Pengelolaan Media Sosial untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Viction.id”** dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar S1 Jurusan Manajemen Pada 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. Andrey Andoko, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Prof. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A, selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Kanon Mommsen Wongkar, S.H., M.H., C.L.A, sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Pak Hendra Ardian, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Pak Aris, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan arahan dan dan motivasi untuk menyelesaikan laporan MBKM Penelitian.
7. Kepada Perusahaan [Viction.id](https://viction.id) yang telah memberikan kesempatan penulis untuk melakukan pembelajaran mengenai dunia kerja nyata dan memberikan pengalaman baru dengan adanya program magang di perusahaan.
8. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.

Penulis berharap karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat dan wawasan baru dalam bidang digital marketing, khususnya dalam pengelolaan media sosial untuk meningkatkan Brand Awareness sebuah platform. Dengan memaparkan pengalaman dan pembelajaran yang diperoleh selama masa magang di Viction.id, diharapkan laporan ini dapat menjadi referensi yang berharga bagi mahasiswa, praktisi, maupun peneliti yang tertarik dalam bidang pemasaran digital.

Penulis juga berharap implementasi strategi digital marketing yang diuraikan dalam laporan ini dapat menjadi contoh nyata bagaimana teori yang dipelajari di bangku perkuliahan dapat diaplikasikan dalam dunia kerja yang sesungguhnya. Selain itu, semoga hasil analisis dan evaluasi yang disajikan dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan Viction.id dalam upayanya meningkatkan Brand Awareness di tengah persaingan pasar yang semakin ketat.

Penulis menyadari bahwa karya ilmiah ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan laporan ini dan pengembangan pengetahuan dalam bidang digital marketing. Semoga karya ilmiah ini tidak hanya memenuhi kewajiban akademis, tetapi juga memberikan nilai tambah bagi semua pihak yang berkepentingan.

Tangerang, 2 Juni 2025



(Irhan Arizki)

MULTIMEDIA
NUSANTARA

Implementasi Digital Marketing dalam Pengelolaan Media Sosial untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Viction.id

Irhan Arizki

ABSTRAK

Laporan ini membahas implementasi strategi digital marketing dalam pengelolaan media sosial untuk meningkatkan Brand Awareness platform Viction.id, sebuah inisiatif edukatif di bawah PT Victory International Futures. Selama empat bulan program magang, penulis ditempatkan sebagai Digital Marketing Intern dan bertanggung jawab atas perencanaan, produksi, hingga evaluasi konten di platform Instagram dan TikTok. Alasan penulis memilih Viction.id sebagai tempat magang adalah karena relevansi bidang kerja dengan minat penulis dalam pemasaran digital dan media sosial, khususnya dalam industri keuangan yang sedang berkembang pesat. Tujuan utama dari program ini adalah menerapkan teori pemasaran digital secara langsung dalam lingkungan kerja profesional. Dalam prosesnya, penulis terlibat dalam berbagai aktivitas seperti pembuatan market update harian, video edukatif, recap acara kantor, serta pengembangan strategi konten dan copywriting. Beberapa kendala yang dihadapi mencakup creative block, keterbatasan talent, dan tantangan dalam penyusunan naskah edukatif yang relevan dengan gaya komunikasi brand. Solusi yang diterapkan antara lain brainstorming rutin, pemanfaatan tools digital, serta kolaborasi lintas tim. Hasil dari kegiatan magang ini menunjukkan bahwa pendekatan digital marketing yang konsisten dan berbasis data dapat memberikan kontribusi nyata dalam membangun awareness brand di industri keuangan digital.

Kata kunci: *Digital marketing*, Media Sosial, *Brand Awareness*, Strategi Konten, Viction.id

Implementasi Digital Marketing dalam Pengelolaan Media Sosial untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Viction.id

(Irhan Arizki)

ABSTRACT (English)

This report discusses the implementation of digital marketing strategies in managing social media to increase Brand Awareness of Viction.id, an educational initiative under PT Victory International Futures. During the four-month internship program, the author served as a Digital Marketing Intern and was responsible for content planning, production, and evaluation on Instagram and TikTok. The author chose Viction.id as the internship placement due to the alignment between the company's field and the author's interest in digital marketing and social media, especially within the rapidly growing financial industry. The main objective of this program was to apply digital marketing theories directly in a professional work environment. Throughout the internship, the author was involved in various activities such as creating daily market updates, educational videos, office event recaps, as well as developing content strategies and copywriting. Several challenges encountered included creative blocks, limited talent availability, and difficulty in crafting educational scripts that aligned with the brand's communication style. Solutions included regular brainstorming sessions, the use of digital tools, and cross-team collaboration. The internship experience demonstrates that a consistent, data-driven digital marketing approach can significantly contribute to building Brand Awareness in the digital financial industry.

Keywords: *Digital marketing, Social Media, Brand Awareness, Content Strategy, Viction.id*

DAFTAR ISI

Isi

JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT (English)</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
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	4
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	4
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	5
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	7
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	7
2.1.1 Visi Misi	9
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	9
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	13
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	13
3.1.1 Waktu Pelaksanaan Magang	15
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	16
3.3 Kendala yang Ditemukan	29
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	33

BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	37
4.1 Simpulan	37
4.2 Saran	38
REFERENCES.....	41
LAMPIRAN.....	42



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan	16
Tabel 3.1 Tugas dan Uraian Kerja Magang	18



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo PT Victory International Futures	7
Gambar 2.2 Logo Viction.id	8
Gambar 2.2 Struktur Organisasi Viction.id.....	10
Gambar 3.1 Struktur Divisi Digital Marketing (Social Media)	14
Gambar 3.2 Daily Market Update	20
Gambar 3.3 Kalender Konten	22
Gambar 3.4 Acara Kantor Buka Bersama.....	24
Gambar 3.5 Recap Ultah	24
Gambar 3.6 Website Viction.id.....	25
Gambar 3.7 Pengambilan Video di Kantor	26
Gambar 3.8 Editing Feeds, Story Instagram, Capcut.....	28

DAFTAR LAMPIRAN

Surat Pengantar MBKM (MBKM 01)	42
Kartu MBKM (MBKM 02)	43
Daily Task Kewirausahaan (MBKM 03)	44
Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04)	60
Surat Penerimaan (LoA) MBKM	61
Lampiran pengecekan hasil Turnitin	62

