

**STRATEGI MARKETING DIGITAL DALAM
MEMASARKAN BRAND TERRAN**



LAPORAN MBKM KEWIRAUSAHAAN

Naomi Kwan

00000075058

**PROGRAM STUDI FILM
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**STRATEGI MARKETING DIGITAL DALAM
MEMASARKAN BRAND TERRAN**



LAPORAN MBKM KEWIRAUSAHAAN

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Seni (S.Sn.)

Naomi Kwan

00000075058

**PROGRAM STUDI FILM
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Naomi Kwan

Nomor Induk Mahasiswa **00000075058**

Program Studi : Film

Laporan MBKM Kewirausahaan dengan judul:

STRATEGI MARKETING DIGITAL DALAM MEMASARKAN BRAND TERRAN

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan MBKM Kewirausahaan 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, 09 Juni 2025



(Naomi Kwan)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM Kewirausahaan dengan judul
**STRATEGI MARKETING DIGITAL DALAM
MEMASARKAN BRAND TERRAN**

Oleh

Nama : Naomi Kwan
NIM : 00000075058
Program Studi : Film
Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Rabu, 18 Juni 2025

Pukul 10:30 s.d 11.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing

 Digitally signed
by Teddy
Hendiawan
Date: 2025.06.26
13:16:49 +07'00'

Dr. Teddy Hendiawan, S.Ds., M.Sn
3160750651130143

Penguji

 Digitally signed
by Ahmad Arief
Adiwijaya
Date: 2025.06.26
09:06:08 +07'00'

Ahmad Arief A., S.Sn, MPDesSc
1260753654130113

Ketua Program Studi



Digitally signed
by Kus Sudarsono
Date: 2025.07.01
20:56:37 +07'00'

Kus Sudarsono S.E., M.Sn.
1260753651430113

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Naomi Kwan
NIM : 00000075058
Program Studi : Film
Fakultas : Seni dan Desain
Jenis Karya : Laporan MBKM Kewirausahaan

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas laporan Kewirausahaan saya yang berjudul.

STRATEGI MARKETING DIGITAL DALAM

MEMASARKAN BRAND TERRAN

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalty 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, 09 Juni 2025

Yang menyatakan,



(Naomi Kwan)

KATA PENGANTAR

Saya selalu berpikir bahwa di kehidupan ini, banyak sekali hal yang ingin saya coba dan lakukan. Saya selalu memiliki jiwa yang ingin terus menjelajah apa saja dari potensi saya yang bisa saya lakukan, mulai dari kesenian, meraih pelajaran baru, sains, dan salah satunya adalah untuk menciptakan sebuah bisnis dengan brand yang unik dan berkesan di banyak mata orang.

Menciptakan bisnis brand TERRAN ini bersama teman-teman kelompok saya memberikan saya banyak pelajaran dan juga pengalaman dalam menciptakan suatu produk yang saya anggap sebagai anak sendiri yang terciptakan dari kerja keras kami dari awal sampai saat ini yang terus berkembang di masa yang akan datang. Ini bukanlah hanya produk bisnis saja, menurut saya ini juga merupakan sebuah seni yang kami ciptakan bersama.

Kelompok bisnis kami, TERRAN, mengajarkan saya bahwa di dalam kehidupan pasti akan ada sebuah rintangan, sebuah usaha yang harus dituangkan ke dalam pekerjaan saya, pelajaran yang berharga untuk terus mengembangkan diri dan karakter saya untuk masa depan di dalam dunia kewirausahaan dan juga dalam kehidupan sehari-hari.

Dengan topik yang saya telah pilih, saya ingin menceritakan proses strategi saya dalam memasarkan brand TERRAN kedepannya sebagai seorang mahasiswa dari prodi film yang lalu terjun ke dalam dunia bisnis *startup* untuk pertama kalinya. Saya berharap bahwa cerita dan pengalaman yang telah saya jelaskan dapat menjadi sebuah inspirasi bagi orang-orang yang tertarik untuk memulai bisnis mereka dalam dunia kewirausahaan ini. Bagi yang memiliki mimpi untuk membangun sebuah brand bisnis dan membutuhkan sebuah saran atau inspirasi untuk membangun brand tersebut.

Saya juga ingin mengingatkan juga bahwa *“nothing is impossible, if you work hard for it.”* Jika kalian terus berusaha dan bertumbuh dari awal mula perjalanan hidup anda, pastinya dari usaha tersebut akan membuahkan hasil yang menjadi kebanggaan diri sendiri dan bekal untuk kedepannya. Tetaplah mengejar mimpi dan jangan putus semangat melewati rintangan yang dihadapi.

Sekian dari kata pengantar dan juga lancarnya pembuatan tulisan ini, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang sudah menyertai kami sepanjang waktu.
 2. Dr. Andrey Andoko, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
 3. Muhammad Cahya Mulya Daulay, S.Sn., M.Ds., selaku Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Multimedia Nusantara.
 4. Kus Sudarsono S.E., M.Sn., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
 5. Dr. Teddy Hendiawan, S.Ds., M.Sn, sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
 6. Hoky Nanda, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
 7. Kepada Perusahaan Skystar Ventures yang telah membimbing Terran selama satu semester.
 8. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.
 9. Anggota TERRAN, Ariela, Jovinda, Lance, dan Wiewyn.
 10. Teman-teman tersayang yang sudah mendukung perkembangan bisnis kami.
- Dengan tulisan ini, penulis berharap bahwa semoga karya ilmiah ini dapat menjadi inspirasi dan juga memberikan peluang bagi mahasiswa lainnya yang tertarik dalam melakukan program kewirausahaan dan mempelajari banyak hal dalam dunia bisnis.

Tangerang, 09 Juni 2025



(Naomi Kwan)

STRATEGI MARKETING DIGITAL DALAM MEMASARKAN BRAND TERRAN

Naomi Kwan

ABSTRAK

Penelitian ini membahas strategi marketing digital yang digunakan dalam memasarkan brand *Terran*, sebuah brand yang sedang berkembang di industri kreatif. Fokus utama terletak pada bagaimana pendekatan secara digital melalui media sosial, konten film sinematik, dan juga kolaborasi kreatif yang dapat membangun kesadaran *branding* serta menjangkau target audiens secara efektif. Metode yang digunakan meliputi observasi, analisis media digital, serta keterlibatan langsung dalam proses pemasaran secara keseluruhan. Hasilnya menunjukkan bahwa penggunaan narasi visual yang kuat, komunikasi brand yang konsisten, serta penggunaan platform digital mampu meningkatkan daya tarik dan visibilitas brand. Studi ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha dalam merancang strategi digital yang relevan dan berdampak dalam membangun identitas merek dan memasarkan nama untuk kalangan masyarakat.

Kata kunci: Marketing Digital, Strategi, Pemasaran, Branding, Film Sinematik

THE STRATEGY OF DIGITAL MARKETING TO MARKET TERRAN BRAND

Naomi Kwan

ABSTRACT (English)

This study discusses the digital marketing strategies used to promote the brand Terran, an emerging brand in the creative industry. The main focus is on how digital approaches going through social media, cinematic film content, and creative collaborations that can build brand awareness and effectively reach the target audience. The methods used include observation, digital media analysis, and direct involvement in the overall marketing process. The results show that strong visual storytelling, consistent brand communication, and effective use of digital platforms can enhance the brand's appeal and visibility. This study is expected to serve as a reference for business practitioners in designing relevant and impactful digital strategies for building brand identity.

Keywords: *Digital Marketing, Strategy, Promotion, Branding, Cinematic Film*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang MBKM Kewirausahaan.....	1
1.2 Maksud dan Tujuan MBKM Kewirausahaan.....	3
1.3 Deskripsi Waktu dan Prosedur Dalam MBKM Kewirausahaan.....	4
1.4 Rumusan Masalah	5
1.5 Tujuan Program	5
1.6 Manfaat	5
BAB II GAMBARAN UMUM RENCANA USAHA	7
2.1 Deskripsi Perusahaan.....	7
2.2 Struktur Perusahaan.....	9
2.3 Kondisi umum Lingkungan	13
2.4 Gambaran Umum Produk.....	14
2.5 Analisis Kelayakan Usaha.....	15
BAB III METODE PELAKSANAAN MBKM KEWIRAUSAHAAN	16
3.1 Strategi Pemasaran Digital	16
3.2 Produksi	18

3.3	Penetapan Harga	20
3.4	Promosi Target Pasar	21
3.5	Tahapan Pekerjaan yang Dilakukan Dalam MBKM Kewirausahaan	23
3.6	Uraian Pelaksanaan Kerja Dalam MBKM Kewirausahaan.....	25
3.6.1	Proses Pelaksanaan.....	25
3.6.2	Kendala yang Ditemukan.....	35
3.6.3	Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	35
3.6.4	Indikator Keberhasilan Peran Digital Marketing Strategist	35
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN		37
4.1	Kesimpulan	37
4.2	Saran.....	37
DAFTAR PUSTAKA.....		39
LAMPIRAN		41
DAFTAR TABEL		
Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Dalam MBKM Cluster Kewirausahaan... ..		22

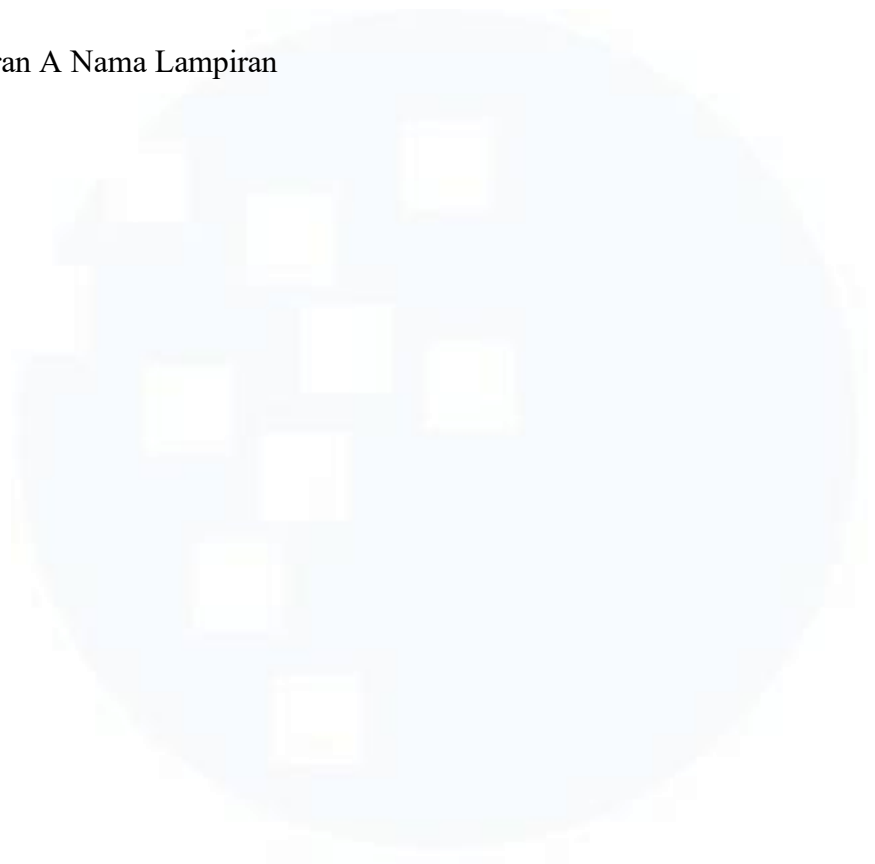
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Perusahaan Skystar Ventures.....	7
Gambar 2.1.2 Logo Terran.....	8
Gambar 2.2.1 Tim Manajemen Skystar Ventures... ..	9
Gambar 2.2.2 Struktur Organisasi Skystar Ventures... ..	9
Gambar 2.2.3 Bagan Struktur Organisasi Terran... ..	11
Gambar 2.5.1 Tabel Analisis Break Even Point (BEP) Terran	15
Gambar 3.1 Varian produk parfum Terran... ..	16
Gambar 3.1.2 Moodboard Cinematic Terran... ..	17
Gambar 3.2 Hasil Survei Terran... ..	19
Gambar 3.2.2 Our Positioning.....	20
Gambar 3.5 Melakukan riset tren sosial media... ..	24
Gambar 3.6 Akun sosial media TERRAN untuk marketing digital.....	25
Gambar 3.7 Dokumentasi meeting TERRAN.....	26
Gambar 3.8 Dokumentasi chat briefing dengan voice actor Korea	27
Gambar 3.7 Moodboard untuk film sinematik Hanami	28
Gambar 3.8 Moodboard & Storyboard untuk Mandarin.....	31
Gambar 3.7 Dokumentasi hasil rapat... ..	32

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Nama Lampiran

xiv



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA