

Strategi Community Management di Ogilvy & Mather Indonesia



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

APRILIA AZZAHRA PUTRI

00000070914

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

2025

Strategi Community Management di Ogilvy & Mather Indonesia



LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Aprilia Azzahra Putri

00000070914

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

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Aprilia Azzahra Putri

Nomor Induk Mahasiswa : 00000070914

Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

Strategi Community Management di Ogilvy & Mather Indonesia

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, 15 Juli 2025



Aprilia Azzahra Putri

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul
Strategi Community Management di Ogilvy & Mather Indonesia

Oleh

Nama : Aprilia Azzahra Putri
NIM : 00000070914
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 15 Juli 2025

Pukul 10.00 s/d 11.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing

Penguji



Silvanus Alvin. S.I.Kom. M.A.

NIDN 0309109001

Calvin Eko Saputro., SE., MM

NIDN 0303056102

Pembimbing

Silvanus Alvin. S.I.Kom. M.A.

NIDN 0309109001

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera risky 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 : Aprilia Azzahra Putri
NIM : 00000070914
Program Studi : Strategic Communication
Fakultas : Ilmu Komunikasi
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:

Strategi Community Management di Ogilvy & Mather Indonesia

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, 25 Juni 2025

Yang menyatakan,



Aprilia Azzahra Putri

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan MBKM ini dengan judul: Strategi Community Management di Ogilvy & Mather Indonesia dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar S-1 Jurusan Strategic Communication 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. Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si. selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Dr. Sari Monik Agustin, sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Lazuardi Chindaku Putra, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Kepada Perusahaan PT Indo-ad (Ogilvy & Mather Indonesia) karena telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk melakukan praktik kerja magang.

7. Silvanus Alvin, S.I.Kom., M.A. yang telah memberikan bantuan dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat menjadi bekal bagi penulis dan manfaat bagi mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara di tahun berikutnya.

Tangerang, 25 Juni 2025

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Aprilia Azzahra Putri', with a stylized flourish at the end.

Aprilia Azzahra Putri

Strategi Community Management di Ogilvy & Mather Indonesia

Aprilia Azzahra Putri

ABSTRAK

Perkembangan era digital sudah makin maju. Komunikasi kini sudah semakin intens terutama di media social. Komunikasi dua arah merupakan kunci penting untuk dalam membangun interaksi antara brand dan audiens di era. Terutama Community Manager yang memiliki tugas penting seperti merespons pesan langsung dari konsumen, menangani keluhan produk, serta mendokumentasikan dan melaporkan feedback konsumen kepada tim internal. Community Manager pun memiliki korelasi dengan konsep Community Relations yang berbasis komunikasi dua arah. Pada laporan MBKM ini, membuktikan bahwa Community Manager di PT Indo-ad (Ogilvy & Mather Indonesia) tidak hanya berperan sebagai penjaga komunikasi digital, tetapi juga sebagai garda terdepan dalam mencegah krisis manajemen dan menjaga citra brand.

Kemampuan untuk merespons cepat dalam situasi krisis digital serta menyampaikan aspirasi konsumen secara internal juga menjadi bagian dari tanggung jawab yang diemban selama program berlangsung. Community Manager wajib menguasai keterampilan dalam komunikasi dua arah, manajemen emosi, dan berkomunikasi dengan efektif. Dengan pengalaman ini, penulis memberikan Solusi dan strategi dari kendala yang ditemukan.

Kata Kunci: Community Manager, Komunikasi Strategis, Community Relations, Komplain Konsumen, Ogilvy Indonesia

Community Management Strategy at Ogilvy & Mather Indonesia

Aprilia Azzahra Putri

ABSTRACT (English)

The development of the digital era has advanced significantly. Communication has become increasingly intense, especially on social media. Two-way communication is a key element in building interaction between a brand and its audience in today's era. In particular, the role of a Community Manager is essential, as they are responsible for responding to direct messages from consumers, handling product complaints, as well as documenting and reporting consumer feedback to the internal team. The role of a Community Manager is also closely related to the concept of Community Relations, which is grounded in two-way communication. This MBKM internship report demonstrates that a Community Manager at PT Indo-ad (Ogilvy & Mather Indonesia) not only acts as a digital communication gatekeeper but also serves as the frontliner in preventing crisis situations and maintaining the brand's reputation.

The ability to respond quickly during a digital crisis and convey consumer aspirations internally is also part of the responsibility carried out during the program. A Community Manager must master skills in two-way communication, emotional management, and effective interaction. Through this experience, the author presents solutions and strategies to address the challenges encountered.

Keywords: Community Manager, Strategic Communication, Community Relations, Consumer Complaints, Ogilvy Indonesia

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	2
HALAMAN PENGESAHAN	2
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	3
KATA PENGANTAR	4
ABSTRAK	7
<i>ABSTRACT (English)</i>	8
DAFTAR ISI	8
DAFTAR TABEL	10
DAFTAR GAMBAR	11
DAFTAR LAMPIRAN	11
BAB I	
PENDAHULUAN	11
Latar Belakang	12
Maksud dan Tujuan Kerja Magang	12
Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	17
BAB II	
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	19
Sejarah Singkat Perusahaan	19
Visi Misi	21
Struktur Organisasi Perusahaan	21
BAB III	
PELAKSANAAN KERJA MAGANG	23
Kedudukan dan Koordinasi	23
Tugas dan Uraian Kerja Magang	23
Kendala yang Ditemukan	41
Solusi atas Kendala yang Ditemukan	41

BAB IV	
SIMPULAN DAN SARAN	45
Simpulan	45
Saran	45
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN	50
DAFTAR TABEL	
Tabel 1.1 Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan	5
Tabel 2.1 Flow Pengerjaan Tugas Community Manager di Ogilvy & Mather Indonesia	
<i>Tabel 3.1 Tugas Kerja Magang</i>	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Ogilvy & Mather Indonesia

Gambar 2.1 Struktur Organisasi Perusahaan

Gambar 3.1 Media Sosial (Instagram dan X) dari Pop Mie

Gambar 3.2 Media Sosial (Instagram) dari Cadbury Indonesia

Gambar 3.3 Media Sosial (Instagram dan TikTok) dari Mitu Baby

Gambar 3.4 Media Sosial (Instagram dan TikTok) dari HIT

Gambar 3.5 Media Sosial (Instagram) dari Stella

Gambar 3.6 FAQ

Gambar 3.7 Keluhan Konsumen

Gambar 3.8 Data Konsumen (data disensor untuk menghargai privasi konsumen)

Gambar 3.9 Pengumpulan data melalui Google Sheets (data disensor untuk menghargai privasi konsumen)

Gambar 3.10 Eskalasi ke Tim Internal

Gambar 3.11 Mengirimkan FAQ permintaan data konsumen

Gambar 3.12 Respon Konsumen

Gambar 3.13 Proses eskalasi ke tim internal

Gambar 3.14 Eskalasi ke tim internal

Gambar 3.15 Konfirmasi tindak lanjut

Gambar 3.16 Konsumen Pop Mie tidak memiliki foto kode produksi dan tanggal kadaluarsa

Gambar 3.17 Konsumen Cadbury tidak memiliki struk belanja

Gambar 3.18 Keluhan tidak memenuhi syarat seperti produk masih layak dikonsumsi

Gambar 3.19 Dokumen Pop Mie Komplain terkait Kemasan

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Pengantar MBKM 01

Lampiran B Kartu MBKM 02

Lampiran C Daily Task Kewirausahaan MBKM 03

Lampiran D Verifikasi Laporan MBKM 04

Lampiran E Surat Penerimaan MBKM (LoA)

Lampiran F Pengecekan Hasil Turnitin