

**PERAN *DIGITAL MARKETING* DALAM MENINGKATKAN  
HUBUNGAN DENGAN PELANGGAN PADA  
PT ASURANSI TRI PAKARTA**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN MBKM**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

**Rafie Arifiandi**

**00000075612**

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

## **HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT**

Dengan ini saya,

Nama : Rafie Arifiandi

Nomor Induk Mahasiswa : **00000075612**

Program studi : Manajemen

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

### **PERAN DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN HUBUNGAN DENGAN PELANGGAN PADA PT ASURANSI TRIPAKARTA**

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, 27 Mei 2025



(Rafie Arifiandi)

## HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan magang dengan judul

Peran *Digital Marketing* dalam Meningkatkan Hubungan dengan Pelanggan pada

PT Asuransi Tri Pakarta

Oleh

Nama : Rafie Arifiandi

NIM : 00000075612

Program Studi : Manajemen

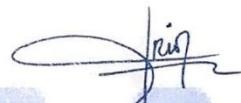
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada Sidang Ujian Skripsi/Tesis/Disertai Universitas

Multimedia Nusantara

Tangerang, 2 Juli 2025

Pembimbing



Ir. Arief Iswariyadi, M.Sc., Ph.D

NIDN: 0316026404

Ketua Program Studi Manajemen

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

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

NIDN: 0323047801

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul

**PERAN DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN HUBUNGAN  
DENGAN PELANGGAN PADA PT ASURANSI TRI PAKARTA**

Oleh

Nama : Rafie Arifiandi  
NIM : 00000075612  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis

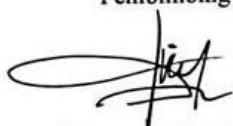
Telah diujikan pada hari Selasa, 8 Juli 2025

Pukul 11.00 s/d 12.00 dan dinyatakan

LULUS

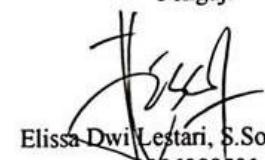
Dengan susunan pengaji sebagai berikut.

Pembimbing



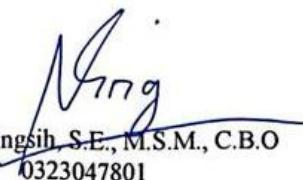
Ir. Arief Iswaryadi, M.Sc., Ph.D  
0316026404

Pengaji



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

Ketua Program Studi Manajemen



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

## **HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Rafie Arifiandi  
NIM : 00000075612  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis  
JenisKarya : Laporan MBKM

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Nonekslusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

### **PERAN DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN HUBUNGAN DENGAN PELANGGAN PADA PT ASURANSI TRIPAKARTA**

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, 27 Mei 2025

Yang menyatakan;

(Rafie Arifiandi)

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesaiannya penulisan laporan magang ini dengan judul: “Peran Digital Marketing dalam Meningkatkan Hubungan dengan Pelanggan pada PT Asuransi Tri Pakarta” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana 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. Ir. Andrey Andoko, M.Sc, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Prof. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A, selaku Dekan Fakultas Bisni Universitas Multimedia Nusantara.
3. Purnamaningsih, S.E., M.S.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ir. Arief Iswariyadi, M.Sc., Ph.D, sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Bapak Juniar Firdaus Imran, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Kepada Perusahaan PT Asuransi Tri Pakarta
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini..

Penulis berharap laporan magang ini dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai pengalaman dan pembelajaran yang diperoleh selama menjalani program magang di PT Asuransi Tri Pakarta, khususnya dalam bidang Marketing Communication. Selain itu, laporan ini diharapkan dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi mahasiswa lain yang akan melaksanakan program magang serupa,

serta memberikan kontribusi positif bagi pengembangan praktik komunikasi pemasaran digital di industri asuransi. Semoga laporan ini dapat diterima dengan baik dan memberikan nilai tambah bagi semua pihak yang membacanya.

Tangerang, 30 Juni 2025



(Rafie Arifiandi)

# **PERAN DIGITAL MARKETING DALAM MENINGKATKAN HUBUNGAN DENGAN PELANGGAN PADA PT ASURANSI TRI PAKARTA**

(Rafie Arifiandi)

## **ABSTRAK**

Laporan ini membahas pengalaman penulis selama melaksanakan kegiatan magang di PT Asuransi Tri Pakarta sebagai Marketing Communication Intern. Alasan pemilihan perusahaan ini adalah karena PT Asuransi Tri Pakarta merupakan salah satu perusahaan asuransi kerugian terkemuka di Indonesia yang sedang aktif mengembangkan strategi komunikasi pemasaran digital untuk meningkatkan brand awareness dan engagement di era digital. Selama magang, penulis terlibat dalam berbagai aktivitas seperti pembuatan konten media sosial (Instagram dan X), perencanaan kampanye digital, penulisan naskah konten, editing video, hingga desain materi promosi seperti brosur produk. Dalam pelaksanaannya, penulis menghadapi beberapa kendala seperti adaptasi terhadap gaya komunikasi perusahaan, keterbatasan waktu produksi konten, serta tantangan dalam memahami karakteristik audiens digital. Solusi yang dilakukan meliputi diskusi rutin dengan pembimbing, pemanfaatan tools perencanaan konten seperti Trello, serta peningkatan inisiatif riset tren sosial media. Melalui kegiatan ini, penulis memperoleh pemahaman praktis mengenai peran komunikasi digital dalam mendukung pemasaran jasa asuransi. Laporan ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai penerapan strategi marketing communication di industri asuransi serta menjadi referensi bagi mahasiswa yang tertarik menekuni bidang serupa.

**Kata kunci:** *Marketing Communication, Digital Marketing, Asuransi Kerugian, Strategi Konten, PT Asuransi Tri Pakarta*

**THE ROLE OF DIGITAL MARKETING IN STRENGTHENING  
CUSTOMER RELATIONSHIPS AT  
PT ASURANSI TRI PAKARTA**

(Rafie Arifiandi)

***ABSTRACT (English)***

*This report outlines the author's experience during an internship at PT Asuransi Tri Pakarta as a Marketing Communication Intern. The company was chosen because it is one of the leading general insurance providers in Indonesia that is actively developing digital marketing communication strategies to enhance brand awareness and engagement in the digital era. Throughout the internship, the author was involved in various activities, including creating social media content (for Instagram and X), planning digital campaigns, writing content scripts, editing videos, and designing promotional materials such as product brochures. Several challenges arose during the internship, including adapting to the company's communication style, time constraints in content production, and understanding the behavior of digital audiences. These were addressed through regular discussions with supervisors, the use of content planning tools like Trello, and proactive research on social media trends. Through this experience, the author gained practical insights into the role of digital communication in supporting insurance marketing. This report aims to provide an overview of marketing communication practices in the insurance industry and serve as a reference for students interested in pursuing a similar field.*

***Keywords:*** Marketing Communication, Digital Marketing, General Insurance, Content Strategy, PT Asuransi Tri Pakarta

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT (<i>English</i>).....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1.    Latar Belakang.....	1
1.2.    Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....	5
1.3.    Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang .....	8
1.3.1.    Waktu Pelaksanaan Kerja Magang .....	8
1.3.2.    Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang .....	9
<b>BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....</b>	<b>10</b>
2.1    Sejarah Singkat Perusahaan .....	10
2.1.1    Visi Misi.....	16
2.2    Struktur Organisasi Perusahaan .....	19
<b>BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG .....</b>	<b>21</b>
3.1    Kedudukan dan Koordinasi .....	21
3.2    Tugas dan Uraian Kerja Magang .....	22
3.3    Kendala yang Ditemukan .....	54
3.4    Solusi atas Kendala yang Ditemukan .....	55
<b>BAB IV SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>58</b>
4.1    Simpulan .....	58

<b>4.2 Saran.....</b>	<b>59</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>61</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>62</b>
<i>Lampiran 1 MBKM 01 – Cover Letter MBKM Internship Track 1 .....</i>	<i>62</i>
<i>Lampiran 2 MBKM 02 – Internship Track 1 Card .....</i>	<i>63</i>
<i>Lampiran 3 MBKM 03 – Daily Task .....</i>	<i>64</i>
<i>Lampiran 4 MBKM 04 – Lembar Verifikasi Laporan.....</i>	<i>71</i>
<i>Lampiran 5 – Surat Keterangan Penerimaan (Letter Of Acceptance) .....</i>	<i>72</i>
<i>Lampiran 6 – Hasil Pengecekan Turnitin .....</i>	<i>73</i>
<i>Lampiran 7 Form Bimbingan Internship Report .....</i>	<i>77</i>
<i>Lampiran 8 Curriculum Vitae .....</i>	<i>78</i>
<i>Lampiran 9 Transkrip Wawancara .....</i>	<i>79</i>

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan

5

## **DAFTAR GAMBAR**

<b>Gambar 3.1 Backlog Pekerjaan Menggunakan Trello .....</b>	<b>22</b>
<b>Gambar 3.2 Contoh Riset Konten dari Content Creator .....</b>	<b>28</b>
<b>Gambar 3.3 Design Thumbnail Reels.....</b>	<b>29</b>
<b>Gambar 3.4 Gambar Design Thumbnail .....</b>	<b>30</b>
<b>Gambar 3.5 Rekap Data Pemenang Giveaway .....</b>	<b>30</b>
<b>Gambar 3.6 Script iklan "POV Sholat Sebelahan sama Agen Asuransi .....</b>	<b>32</b>
<b>Gambar 3.7 Script Iklan "ASTRI" .....</b>	<b>32</b>
<b>Gambar 3.8 Campaign Mudik .....</b>	<b>34</b>
<b>Gambar 3.9 Concept Campaign CNY sebelum di revisi .....</b>	<b>35</b>
<b>Gambar 3.10 Concept Campaign CNY sesudah di revisi .....</b>	<b>35</b>
<b>Gambar 3.11 Isi Feeds Instagram.....</b>	<b>37</b>
<b>Gambar 3.12 Gambaran feeds di X setelah content mirroring .....</b>	<b>37</b>
<b>Gambar 3.13 Campaign Mudik .....</b>	<b>38</b>
<b>Gambar 3.14 Campaign Hari Asuransi Dunia .....</b>	<b>39</b>
<b>Gambar 3.15 Campaign Natal dan Tahun Baru.....</b>	<b>39</b>
<b>Gambar 3.16 Campaign Chinese New Year .....</b>	<b>39</b>
<b>Gambar 3.17 Campaign Hari Pelanggan Nasional.....</b>	<b>39</b>
<b>Gambar 3.18 Campaign HUT Tripa .....</b>	<b>40</b>
<b>Gambar 3.19 Campaign Hari Pendidikan Nasional .....</b>	<b>40</b>
<b>Gambar 3.20 Deck Presentasi Harpelnas .....</b>	<b>41</b>
<b>Gambar 3.21 Dokumentasi Upacara Awarding .....</b>	<b>42</b>
<b>Gambar 3.22 Dokumentasi penyerahan penghargaan .....</b>	<b>43</b>
<b>Gambar 3.23 Dokumentasi penulis bersama penghargaan .....</b>	<b>43</b>
<b>Gambar 3.24 Menentukan Demographic untuk segmentasi produk .....</b>	<b>44</b>
<b>Gambar 3.25 Menentukan Geographic untuk segmentasi produk .....</b>	<b>44</b>
<b>Gambar 3.26 Menentukan Psychographic untuk segmentasi produk .....</b>	<b>45</b>
<b>Gambar 3.27 Menentukan Behavioural Segmentation untuk segmentasi produk .....</b>	<b>45</b>
<b>Gambar 3.28 Design Riplay yang dibuat .....</b>	<b>46</b>
<b>Gambar 3.29 Design brosur produk travel insurance.....</b>	<b>47</b>
<b>Gambar 3.30 Design brosur produk personal accident.....</b>	<b>47</b>
<b>Gambar 3.31 Design konten awarding .....</b>	<b>49</b>
<b>Gambar 3.32 Design konten edukatif tema timnas .....</b>	<b>49</b>
<b>Gambar 3.33 Design konten Quotes .....</b>	<b>49</b>
<b>Gambar 3.34 Design konten edukatif.....</b>	<b>50</b>
<b>Gambar 3.35 Design konten informational .....</b>	<b>50</b>
<b>Gambar 3.36 Design konten informational (ishowspeed) .....</b>	<b>50</b>
<b>Gambar 3.37 Artikel tentang liburan.....</b>	<b>52</b>
<b>Gambar 3.38 Artikel tentang kebakaran.....</b>	<b>52</b>
<b>Gambar 3.39 Bentuk benchmarking dalam excel.....</b>	<b>53</b>

**Gambar 3.40 Bentuk deck presentasi benchmarking..... 54**

## **DAFTAR LAMPIRAN**

<i>Lampiran 1 MBKM 01 – Cover Letter MBKM Internship Track 1 .....</i>	<b>62</b>
<i>Lampiran 2 MBKM 02 – Internship Track 1 Card .....</i>	<b>63</b>
<i>Lampiran 3 MBKM 03 – Daily Task .....</i>	<b>64</b>
<i>Lampiran 4 MBKM 04 – Lembar Verifikasi Laporan.....</i>	<b>71</b>
<i>Lampiran 5 – Surat Keterangan Penerimaan (Letter Of Acceptance) .....</i>	<b>72</b>
<i>Lampiran 6 – Hasil Pengecekan Turnitin .....</i>	<b>73</b>
<i>Lampiran 7 Form Bimbingan Internship Report .....</i>	<b>77</b>
<i>Lampiran 8 Curriculum Vitae .....</i>	<b>78</b>
<i>Lampiran 9 Transkrip Wawancara .....</i>	<b>79</b>