

**PERAN ACCOUNT EXECUTIVE INTERN DI
OLRANGE DIGITAL ADVERTISING AGENCY**

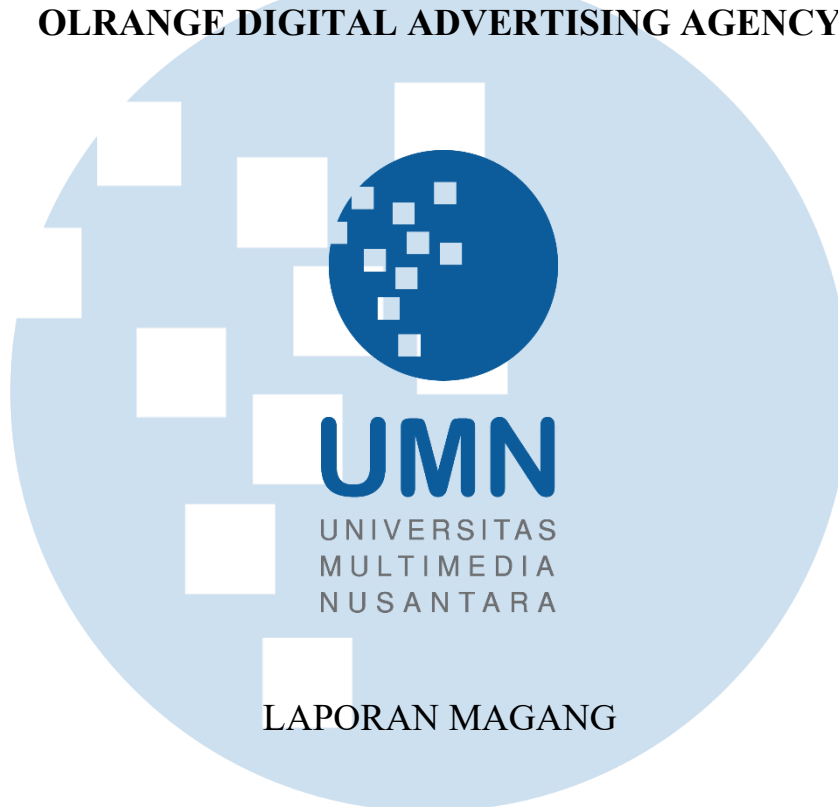


LAPORAN MAGANG

**GABRIELLA JOSELYN GOESWADARUS
00000067371**

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

**PERAN ACCOUNT EXECUTIVE INTERN DI
OLRANGE DIGITAL ADVERTISING AGENCY**



Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Gabriella Josellyn Goeswadarus
00000067371

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Gabriella Josellyn Goeswadarus

Nomor Induk Mahasiswa : 00000067371

Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan MBKM Penelitian dengan judul: Peran Account Executive Intern di Orlange Digital Advertising Agency 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, 30 Juni 2025



(Gabriella Josellyn G.)

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan Magang dengan judul

PERAN ACCOUNT EXECUTIVE INTERN DI OLRANGE DIGITAL ADVERTISING AGENCY

Oleh

Nama : Gabriella Josellyn G.
NIM : 00000067371
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 30 Juni 2025

Pembimbing

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.
NIDN 0304078404

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**PERAN ACCOUNT EXECUTIVE INTERN DI
OLRANGE DIGITAL ADVERTISING AGENCY**

Oleh

Nama : Gabriella Josellyn G.
NIM : 00000067371
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 21 Juli 2025

Pukul 11.00 s.d 12.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

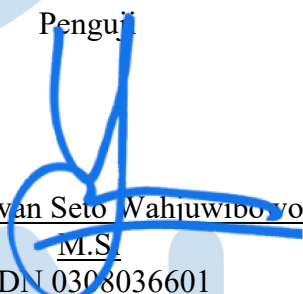
Ketua Sidang

Penguji


Cendera Rizky Anugrah Bangun,

S.Sos., M.Si.

NIDN 0304078404


Dr. Indiwani Seto Wahjuwibowo,

M.S.

NIDN 0308036601

Pembimbing


Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.

NIDN 0304078404

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky 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 : Gabriella Josellyn Goeswadarus

NIM : 00000067371

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya : Laporan Magang

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:

PERAN ACCOUNT EXECUTIVE INTERN DI OLRANGE DIGITAL ADVERTISING AGENCY

serta 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, 30 Juni 2025

Yang menyatakan,



(Gabriella Josellyn G.)

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan Magang ini dengan judul: “Peran Account Executive Intern di Orlange Digital Advertising Agency” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana Jurusan Ilmu Komunikasi 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. Bapak Ir. Andrey Andoko, PhD, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Annisa Muharammi dan Carissa Andhini Pranaya sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Annabella Clarissa P. Ginting, Yohanes Stephen, Yoel Andrean, Natanael Unggul Pribadi sebagai Mentor selama praktik kerja magang yang telah meluangkan waktu dan tenaganya untuk memberikan bimbingan dan mengajarkan ilmu yang sangat berguna untuk terjun ke dunia profesional.
7. Kakak-kakak dari tim *Creative* dan tim *Project Manager* untuk merek UOB TMRW, sebagai teman kerja yang baik dan banyak mengajarkan ilmu berharga selama praktik kerja magang berlangsung.
8. Kepada Perusahaan Orlange Digital Advertising Agency yang membuka peluang selebar-lebarnya untuk penulis berkembang dan belajar.

9. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.
10. Teman-teman kelompok SIREN, Scholastika Santa A. H., Sherlyn Soon, dan Bennedict Tay yang menemani penulis berproses dari awal hingga akhir, dalam suka maupun duka.
11. *Idol Group Seventeen* sebagai idola saya yang memberikan dorongan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan praktik kerja magang beserta laporan MBKM ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan ilmu beserta gambaran dunia kerja nantinya dan menginspirasi para pembacanya.

Tangerang, 30 Juni 2025



(Gabriella Josellyn G.)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Peran Account Executive Intern di Orlange Digital Advertising Agency

Gabriella Josellyn Goeswadarus

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital mengubah kebiasaan masyarakat hingga hampir seluruh kegiatan terfokus pada media sosial. Keberadaan ahli profesional seperti *digital advertising agency* menjadi relevan dan penting untuk memenuhi berbagai kebutuhan seputar dunia digital. Orlange Digital Advertising Agency merupakan salah satu agensi lokal yang telah secara cemerlang membantu para klien untuk memenuhi kebutuhan dunia digital mereka. Rekam jejak yang baik membuat penulis tertarik untuk mengetahui lebih dalam mengenai industri *digital advertising* dan mendapatkan pengalaman sebagai seorang Account Executive Intern. Selama praktik kerja magang, penulis terlibat langsung dalam pengelolaan media sosial dan kampanye digital untuk dua merek ternama, yaitu UOB TMRW dan NUVO Family. Pekerjaan yang dilakukan meliputi pengelolaan *meeting*, *content planning*, *client liaison*, serta koordinasi dengan tim internal. Adapun kendala yang dihadapi merupakan kendala seperti pergantian mentor ditengah masa praktik kerja magang serta ekspektasi dunia kerja yang berbeda. Kendala dapat diatasi dengan pendampingan langsung dari atasan serta penyesuaian ekspektasi belajar. Secara keseluruhan praktik kerja magang dapat memberikan gambaran bagaimana *digital advertising agency* bekerja, beserta proses menyeluruh terhadap alur kerja seorang Account Executive.

Kata kunci: Account Executive Intern, Agensi Periklanan Digital, Pengelolaan Media Sosial, Komunikasi Pemasaran

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Account Executive Intern's Role in Orlange Digital Advertising Agency

Gabriella Josellyn Goeswadarus

ABSTRACT

The development of digital technology has changed people's habits, with almost all activities now focused on social media. The existence of professional experts, such as digital advertising agencies, is important in fulfilling various needs in the digital world. Orlange Digital Advertising Agency is one of the local agencies that has successfully helped client fulfil their digital needs. This good track record has made me interested in finding out more about the digital advertising industry and gaining experience as an Account Executive Intern. During my internship, I was directly involved in managing social media and digital campaigns for two well-known brands: UOB TMRW and NUVO Family. My duties included meeting management, content planning, clients liaison, and coordinating with internal teams. Obstacles encountered included changing mentors during the internship and differing expectations of the world of work. These can be overcome with direct assistance from superiors, as well as by adjusting learning expectations. Overall, the internship provides an insight into how a digital advertising agency operates and the comprehensive workflow of an Account Executive.

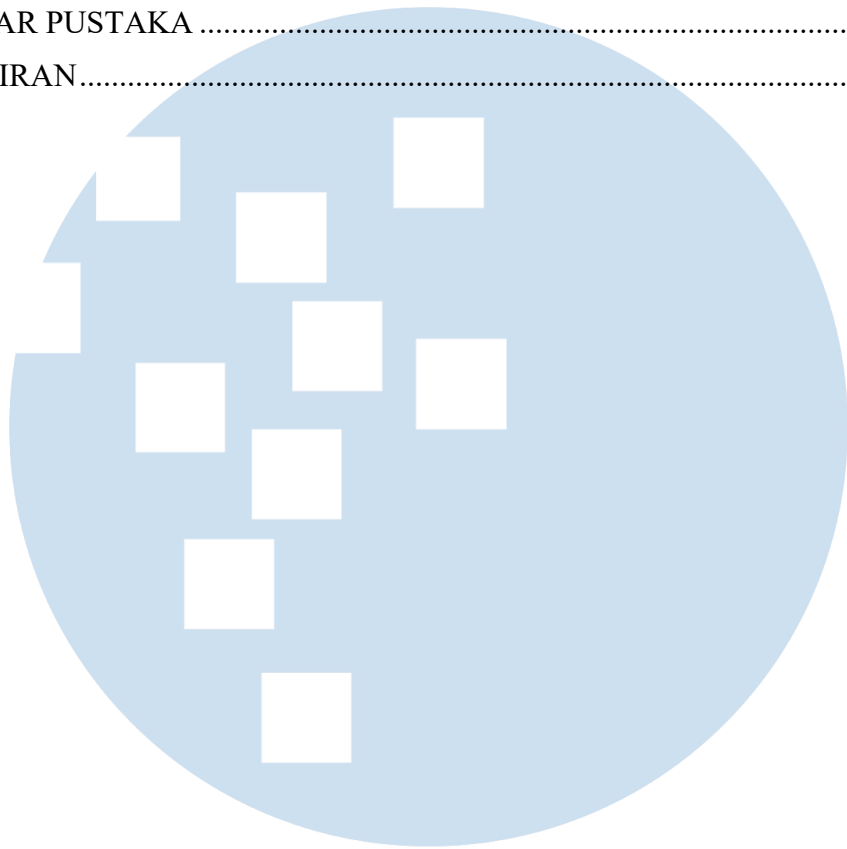
Keywords: *Account Executive Intern, Digital Advertising Agency, Social Media Management, Marketing Communications*

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR ISI

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</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....	7
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	7
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	11
2.1. Tentang Future <i>Creative Network</i> , ALVA Digital, dan Orlange.....	11
2.2. Visi dan Misi Perusahaan.....	13
2.3. Struktur Organisasi Perusahaan	13
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	19
3.1. Kedudukan dan Koordinasi.....	19
3.2. Tugas dan Uraian Kerja Magang	21
3.2.2.1. <i>Client Liaison</i>	24
3.2.2.2. Pengelolaan <i>meeting</i>	28
3.2.2.3. Koordinasi dengan Tim Internal	33
3.2.2.4. <i>Content Planning</i>	35
3.3. Kendala yang Ditemukan.....	47
3.4. Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	47
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN.....	48
4.1. Simpulan	48
4.2. Saran.....	48
4.2.1. Perusahaan.....	48
4.2.2. Universitas Multimedia Nusantara.....	49

4.2.3. Calon Mahasiswa Magang	49
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN.....	52



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan	23
Tabel 3.2 Linimasa Pekerjaan Penulis Selama Praktik Kerja Magang.....	23
Tabel 3.3 Linimasa <i>Client Liaison</i> Penulis Selama Praktik Kerja Magang.....	25
Tabel 3.4 Linimasa pengelolaan <i>meeting</i> Penulis Selama Praktik Kerja Magang	29
Tabel 3.5 Linimasa Koordinasi dengan Tim Internal Penulis Selama Praktik Kerja Magang.....	33
Tabel 3.6 Linimasa <i>Content Planning</i> Penulis Selama Praktik Kerja Magang	36

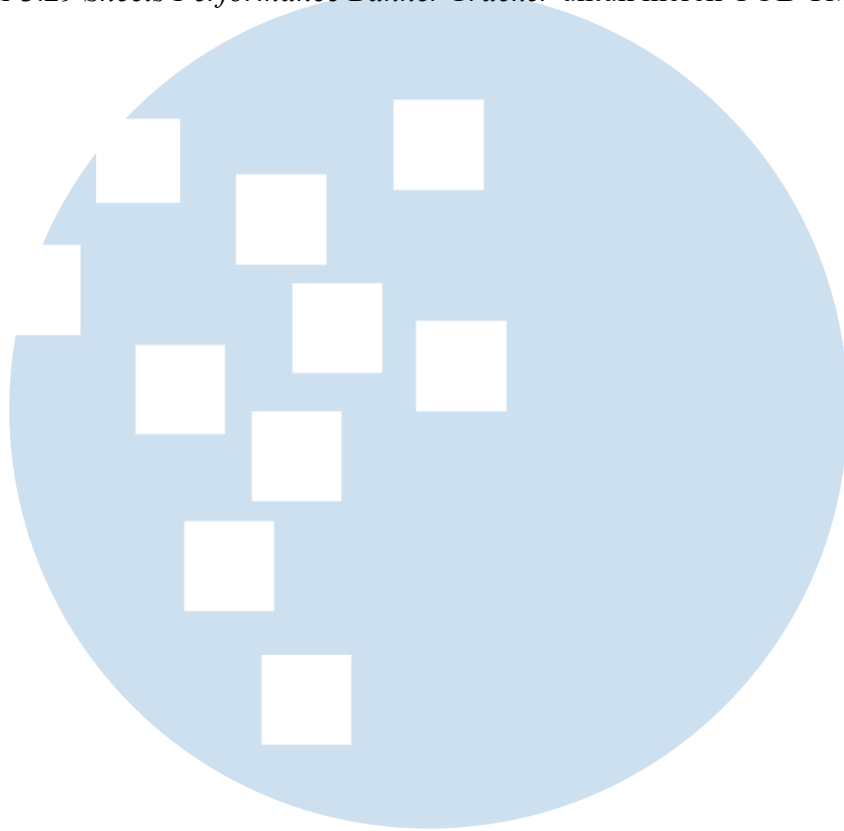


DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Media Sosial Dunia per- Februari 2025.....	2
Gambar 1.2 Pertumbuhan Iklan Kreatif Indonesia	3
Gambar 1.3 Homepage Website Orlange.....	4
Gambar 1.4 Salah satu penghargaan yang diterima oleh ALVA Holding Group...	5
Gambar 2.1 Logo Orlange Digital Advertising.....	11
Gambar 2.2 Struktur Perusahaan ALVA Holdings Group	12
Gambar 2.3 Perusahaan yang telah bekerja sama dengan ALVA dan.....	12
Orlange Digital Advertising Agency	12
Gambar 2.4 Struktur Organisasi Orlange Digital Advertising Agency	14
Gambar 2.5 Struktur Tim <i>Account</i> Penulis	16
Gambar 3.1 Bagan Alur Komunikasi tim UOB TMRW dan NUVO Family	20
Gambar 3.2 <i>Meeting Kick Off</i> UOB TMRW secara tatap muka bersama klien ...	25
Gambar 3.3 Klien memberikan <i>job request</i>	26
Gambar 3.4 Penulis meminta <i>approval</i> konten kepada klien	27
Gambar 3.5 Penulis mengirimkan <i>deck</i> rekomendasi pemenang <i>giveaway</i>	27
Gambar 3.6 Penulis memberikan <i>sheets complaint</i> dan <i>request distributor</i> kepada klien.....	28
Gambar 3.7 <i>Bi-Weekly</i> periode 28 Mei-8 Juni untuk merek UOB TMRW	29
Gambar 3.8 <i>Monthly Report</i> April untuk merek NUVO Family	30
Gambar 3.9 <i>Yearly Report</i> untuk merek UOB TMRW.....	31
Gambar 3.10 <i>Brand Plan</i> NUVO 2025.....	31
Gambar 3.11 MOM <i>Brand Plan Presentation</i> untuk merek NUVO Family	32
Gambar 3.12 <i>Monthly Report</i> April untuk merek UOB TMRW	32
Gambar 3.13 <i>Meeting Laundry List</i> untuk merek UOB TMRW	34
Gambar 3.14 <i>Meeting Checkpoint Update</i> untuk merek UOB TMRW.....	34
Gambar 3.15 <i>Sheets Giveaway Prizes</i> untuk merek NUVO Family	35
Gambar 3.16 <i>Content Brief</i> bulan Juni untuk merek NUVO Family.....	37
Gambar 3.17 <i>Content Brief</i> bulan Juni untuk merek UOB TMRW.....	37
Gambar 3.18 <i>Client's Brief</i> dan <i>Job Request</i> dari klien untuk merek UOB TMRW	38
Gambar 3.19 <i>Editorial Plan</i> bulan Juni 2025 untuk merek NUVO Family	39
Gambar 3.20 <i>Editorial Plan</i> bulan Juni 2025 untuk merek UOB TMRW	40
Gambar 3.21 <i>Deck Performance Banner</i> untuk merek UOB TMRW	41
Gambar 3.22 <i>Deck</i> STC bulan Mei 2025 untuk merek UOB TMRW	42
Gambar 3.23 Suasana <i>Meeting Daily Checkpoint</i> untuk merek UOB TMRW....	43
Gambar 3.24 <i>Log Items</i> dalam <i>meeting Daily Checkpoint</i> untuk merek UOB TMRW	43
Gambar 3.25 Preview <i>Items</i> dalam <i>meeting Daily Checkpoint</i> untuk merek UOB TMRW	44
Gambar 3.26 <i>Base Content Scheduling</i> via Lark untuk merek UOB TMRW	45
Gambar 3.27 <i>Sheets Content Tracker</i> untuk merek UOB TMRW	46

Gambar 3.28 *Sheets Overview Content Tracker* untuk merek UOB TMRW 46

Gambar 3.29 *Sheets Performance Banner Tracker* untuk merek UOB TMRW .. 46



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

A.	Surat Pengantar MBKM - MBKM 01.....	52
B.	Kartu MBKM - MBKM 02.....	53
C.	Daily Task MBKM - MBKM 03	55
D.	Lembar Verifikasi Laporan MBKM - MBKM 04	113
E.	Surat Penerimaan MBKM (LoA).....	114
F.	Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin.....	115
G.	Dokumentasi Praktik Kerja Magang.....	119
H.	Hasil Karya.....	121

