AKTIVITAS DIGITAL MARKETING INTERN TERHADAP BRAND SCANDIA (ORANG TUA GROUP)

LAPORAN MAGANG

VALENCIA ELEANOR CHANDRA

00000067876

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

AKTIVITAS DIGITAL MARKETING INTERN TERHADAP BRAND SCANDIA (ORANG TUA GROUP)

LAPORAN MAGANG

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

VALENCIA ELEANOR CHANDRA

00000067876

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Valencia Eleanor Chandra

Nomor Induk Mahasiswa : 00000067876

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

AKTIVITAS DIGITAL MARKETING INTERN TERHADAP BRAND SCANDIA (ORANG TUA GROUP)

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 magang maupun dalam penulisan laporan magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 27 Juni 2025

Valencia Eleanor Chandra

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul

AKTIVITAS DIGITAL MARKETING INTERN TERHADAP BRAND SCANDIA (ORANG TUA GROUP)

Oleh

Nama	: Valencia Eleanor Chandra
NIM	: 00000067876
Program Studi	: Komunikasi Strategis
Fakultas	: Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 17 Juli 2025
Pukul 13.00 s.d 14.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Dr. Agustinus Rusdianto Berto, S.Sos., M.Si.
NIDN 0313088403

Penguji

Irwan Fakhruddin, S.Sn., M.I.Kom.
NIDN 0331077503

Pembimbing

Dr. Agustinus Rusdianto Berto, S.Sos., M.Si.
NIDN 0313088403

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Digitally signed by Cendera Rizky Anugrah Bangun
Date: 2025.07.25 09:56:43 +07'00'

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

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Valencia Eleanor Chandra
NIM : 00000067876
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya Ilmiah : 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:

AKTIVITAS DIGITAL MARKETING INTERN TERHADAP BRAND SCANDIA (ORANG TUA GROUP)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan laporan magang saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 27 Juni 2025

Yang menyatakan,

Valencia Eleanor Chandra

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan penyertaan-Nya, sehingga laporan magang ini yang berjudul: **"AKTIVITAS DIGITAL MARKETING INTERN TERHADAP BRAND SCANDIA (ORANG TUA GROUP)"** dapat diselesaikan dengan baik sebagai salah satu syarat kelulusan di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara. Selama proses penyusunan laporan ini, saya menyadari betul bahwa dukungan dari banyak pihak sangat berarti. Karena itu, saya ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc., Ph.D. 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, S. Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunukasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Dr. Agustinus Rusdianto Berto, S.Sos., M.Si. yang sudah membimbing dan mendampingi selama proses penyusunan tugas magang.
5. Tim penguji dan Ketua Sidang yang telah memberikan arahan serta masukan berharga.
6. Keluarga saya yang selalu memberikan dukungan secara moral maupun material selama proses kerja magang.
7. Gabriel Vineyard, pasangan saya, yang sudah setia menemani perjalanan magang ini, mulai dari mendengarkan keluh kesah sampai mengantar jemput ke kantor.
8. S. Kompor: Elysha Auriel, Kenzie Amaya, Theresa Angelica, dan Erica Natalie, teman seperjuangan sejak semester awal yang selalu jadi tempat berbagi cerita selama kuliah dan magang.
9. Bapak Yoel Hova selaku *Head of Marketing* Scandia, yang telah membantu dan membimbing saya selama proses magang.

10. Tim *Intern* Scandia yang saling mendukung, bekerja sama, dan saling menguatkan sepanjang masa magang

Semoga laporan ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi ke depannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 27 Juni 2025

Valencia Eleanor Chandra

AKTIVITAS DIGITAL MARKETING INTERN TERHADAP BRAND SCANDIA (ORANG TUA GROUP)

Valencia Eleanor Chandra

ABSTRAK

Laporan magang ini disusun berdasarkan pemilihan tempat magang didasarkan pada ketertarikan penulis terhadap perkembangan industri *digital marketing*, khususnya peran media sosial dalam membangun *brand awareness*. Tujuan dari kegiatan magang ini adalah untuk mengimplementasikan teori *social media marketing* yang telah dipelajari selama perkuliahan ke dalam praktik nyata di lingkungan kerja profesional. Penulis menjalani magang selama enam bulan sebagai *Marketing Intern* di divisi *Marketing* Scandia. Deskripsi pekerjaan utama meliputi penyusunan *editorial plan*, pembuatan *content brief,* penulisan *caption* dan artikel, produksi konten, evaluasi performa konten, membantu kegiatan *direct marketing,* dan *event.* Dalam penyusunannya, konsep komunikasi yang digunakan mengacu pada kerangka *Integrated Marketing Communication* (IMC), terutama dalam ranah *social media marketing*. Selama proses kerja, penulis menghadapi beberapa kendala, seperti kesenjangan antara materi yang dipelajari di perkuliahan dengan praktik industri, keterbatasan sumber daya manusia yang menyebabkan beban kerja tinggi, kurangnya dukungan perusahaan terhadap *tools* berbayar untuk menunjang produksi konten, serta penulisa yang belum mengikuti beberapa mata kuliah yang berkaitan dengan pekerjaan. Pelaksanaan magang ini memberikan pengalaman langsung dalam mengimplementasikan teori yang dipelajari semasa kuliah ke dalam praktik kerja, serta menjadi sarana pengembangan keterampilan *hard skill* dan *soft skill*.

Kata kunci: *Digital Marketing, Content Planning, Content Creation, Social Media,*

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

DIGITAL MARKETING INTERNSHIP ACTIVITIES FOR THE SCANDIA BRAND (ORANG TUA GROUP)

Valencia Eleanor Chandra

ABSTRACT

This internship report was prepared based on the author's interest in the development of the digital marketing industry, particularly the role of social media in building brand awareness. The purpose of the internship was to implement social media marketing theories learned during university into real-world practice within a professional work environment. The author completed a six-month internship as a Marketing Intern in the Marketing Division of Scandia. The main responsibilities included developing editorial plans, creating content briefs, writing captions and articles, producing content, evaluating content performance, and assisting with direct marketing activities and events. The communication concept used in this report refers to the framework of Integrated Marketing Communication (IMC), with a focus on social media marketing. During the internship, the author encountered several challenges, such as gaps between academic theories and industry practices, limited human resources resulting in a high workload, lack of company support for paid tools to support content production, and the fact that the author had not yet taken certain relevant courses. This internship provided hands-on experience in applying theoretical knowledge to professional practice, while also serving as a platform for developing both hard and soft skills.

Keywords: *Digital Marketing, Content Planning, Content Creation, Social Media*

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

BAB I
PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang 7
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang 8
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang 8
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang 8
BAB II
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN **12**
2.1 Tentang Perusahaan 12
2.2 Visi Misi 14
2.3 Struktur Organisasi 15
BAB III
PELAKSANAAN KERJA MAGANG **20**
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang 20
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang 22
3.2.1 Tugas Kerja Magang 22
3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang 23
3.2.3 Kendala Utama 58
3.2.4 Solusi 61
BAB IV
SIMPULAN DAN SARAN **63**
4.1 Simpulan 63
4.2 Saran 65
4.2.1 Saran untuk Perusahaan 65
4.2.2 Saran untuk Universitas 66
4.2.3 Saran untuk Mahasiswa 67
DAFTAR PUSTAKA **69**
LAMPIRAN **72**

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas Utama Selama Proses Kerja Magang 23
Tabel 3.2 Pelaksanaan Kerja Magang 23
Tabel 3.3 Editorial Plan Scandia 25
Tabel 3.4 Daftar Kandidat KOL Scandia di Jakarta Fair 2025 57

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Konsumsi Dan Pengeluaran Per Kapita Menurut Jenis Makanan 1
Gambar 1.2 Tren Penggunaan Internet dan Media Sosial di Indonesia 3
Gambar 1.3 Waktu Harian untuk Mengakses Media Digital 4
Gambar 1.4 Berbagai Penghargaan yang Telah Dicapai Oleh OT Group 7
Gambar 2.1 Logo Orang Tua Group 13
Gambar 2.2 Logo Scandia 14
Gambar 2.3 Struktur Organisasi Pimpinan Orang Tua Group 15
Gambar 2.4 Struktur Organisasi Marketing Scandia 16
Gambar 3.1 Bagan Koordinasi Pelaksanaan Magang 20
Gambar 3.2 Hootsuite Scandia 24
Gambar 3.3 Dashboard PrestaShop 27
Gambar 3.4 Content Brief 28
Gambar 3.5 Menjadi Talent Untuk Konten 30
Gambar 3.6 Interactive Story Instagram Mitos Atau Fakta 32
Gambar 3.7 Interactive Story berupa polling bertema seasonal Ramadan. 33
Gambar 3.8 Interactive Story Giveaway Spesial PRJ 2025 33
Gambar 3.9 Feeds Informasi Event 35
Gambar 3.10 Feeds Carousel Promo 35
Gambar 3.11 Konten TikTok 37
Gambar 3.12 Instagram Reels 38
Gambar 3.13 Caption Instagram 41
Gambar 3.14 Blog Scandia 42
Gambar 3.15 Report Best dan Less Content Berdasarkan Reach 44
Gambar 3.16 Report Best dan Less Content Berdasarkan Engagement 45
Gambar 3.17 Report Referensi Konten Untuk Kedepannya 46
Gambar 3.18 Penggunaan Kata “Sobat OT” Pada Email 48
Gambar 3.19 Proses Pembuatan Permainan Tic Tac Toe Untuk Scandia di PRJ 2025 51
Gambar 3.20 Hasil DIY Tic Tac Toe 51
Gambar 3.21 Keberhasilan Dalam Menjual 1 Produk Bantal 52
Gambar 3.22 Scandia Awards 2025 53
Gambar 3.23 Proses Pembuatan Cue Card 54
Gambar 3.24 Penulis Bertugas Menjadi Time Keeper 54

DAFTAR LAMPIRAN

A. Hasil Turnitin 72
B. Surat Penerimaan Magang (LoA) 76
C. Surat Pengantar MBKM - MBKM 01 77
D. Kartu MBKM – MBKM 02 78
E. Daily Task – MBKM 03 80
G. Counseling Meeting 108

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA