

**AKTIVITAS *CREATIVE CAMPAIGN (TRAFFIC)* DI
HAKUHODO DIGITAL INDONESIA**



LAPORAN MAGANG

SYAIMA NAJLA AZIZAH

00000072584

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

2025

**AKTIVITAS *CREATIVE CAMPAIGN (TRAFFIC)* DI
HAKUHODO DIGITAL INDONESIA**



SYAIMA NAJLA AZIZAH
00000072584
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Syaima Najla Azizah

Nomor Induk Mahasiswa : 00000072584

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

AKTIVITAS *CREATIVE* CAMPAIGN (*TRAFFIC*) DI HAKUHODO DIGITAL 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 magang maupun dalam penulisan laporan magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 23 Juni 2025



Syaima Najla Azizah

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**AKTIVITAS *CREATIVE CAMPAIGN (TRAFFIC)* DI HAKUHODO
DIGITAL INDONESIA**

Oleh

Nama : Syaima Najla Azizah

NIM : 00000072584

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Jumat, 18 Juli 2025

Pukul 14.00 s.d 15.00 dan dinyatakan

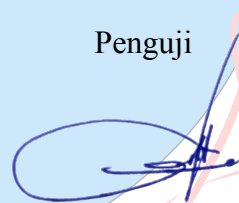
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang


Riatun, S.Sos, M.I.Kom.
NIDN 0302077803

Penguji


Theresia Lavietza Vivrie Lolita,
S.I.Kom., M.I.Kom.
NIDN 0327019001

Digitally signed
by Lolita Lavietha
Date: 2025.07.26
15:52:26 +07'00'

Pembimbing


Riatun, S.Sos, M.I.Kom.
NIDN 0302077803

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Digitally signed by
Cendera Rizky
Anugrah Bangun
Date: 2025.07.28
10:06:26 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, 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 : Syaima Najla Azizah

NIM : 00000072584

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 *CREATIVE CAMPAIGN (TRAFFIC)* DI HAKUHODO DIGITAL INDONESIA

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, 23 Juni 2025

Yang menyatakan,



Syaima Najla Azizah

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul **AKTIVITAS *CREATIVE CAMPAIGN (TRAFFIC)* DI HAKUHODO DIGITAL INDONESIA** dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari sepenuhnya bahwa laporan magang ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, baik selama masa studi maupun proses penyusunannya. Oleh karena itu, saya menyampaikan terima kasih kepada:

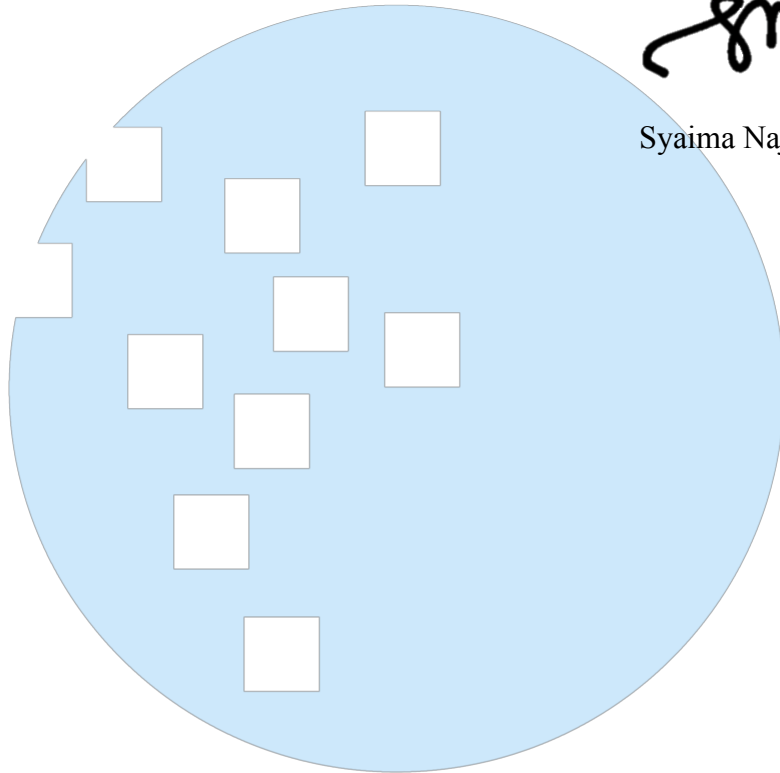
1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunukasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Riatus, S.Sos, M.I.kom. sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan magang ini.
5. Ibu Riatus, S.Sos, M.I.kom. selaku Ketua Sidang dan Ibu Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral.
7. Sahabat terdekat saya, Nailah, Rahmadanti, Riandini Aureli, Aisyah, dan Afifah yang telah memberikan motivasi untuk terus bersemangat dalam menjalani kegiatan sehari-hari.
8. Teman-teman terdekat saya, Jessica Yeoko dan Cheryl Reina atas kebersamaannya selama masa magang ini.

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

Tangerang, 23 Juni 2025



Syaima Najla Azizah



UMN

AKTIVITAS *CREATIVE CAMPAIGN (TRAFFIC)* DI HAKUHODO DIGITAL INDONESIA

Syaima Najla Azizah

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital mendorong perusahaan transportasi *online* seperti Grab untuk terus berinovasi dalam strategi komunikasi pemasaran. Untuk memahami implementasi strategi tersebut dalam praktik profesional, pemegang menjalani kerja praktik di Hakuhodo Digital Indonesia, sebuah agensi pemasaran digital yang menangani berbagai kampanye Grab. Pemegang ditempatkan pada posisi *creative campaign (traffic)*, yang bertanggung jawab mengoordinasikan alur kerja antara tim kreatif dan *Account Executive*, serta menyampaikan *brief* yang selaras dengan strategi komunikasi klien. Magang ini memberikan pengalaman langsung dalam proses periklanan, mulai dari memahami isi *campaign*, menyusun *brief* kreatif, hingga memastikan materi berjalan sesuai arahan. Selain mengimplementasikan teori *marketing communication* tepatnya yang dipelajari pada mata kuliah *Account Planning & Management* dan *Advertising Business & Management*, pemegang juga mengembangkan berbagai *soft skills* seperti adaptasi di lingkungan kerja dinamis, manajemen waktu, koordinasi tim, serta pemecahan masalah. Dengan mengikuti program magang ini, pemegang memperoleh pemahaman yang lebih konkret mengenai peran penting komunikasi dalam keberhasilan strategi periklanan digital.

Kata kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Kreatif Kampanye, Kampanye Iklan

UMN

CREATIVE CAMPAIGN (TRAFFIC) ACTIVITIES AT HAKUHODO DIGITAL INDONESIA

Syaima Najla Azizah

ABSTRACT

The development of digital technology encourages online transportation companies such as Grab to continuously innovate in their marketing communication strategies. To understand how these strategies are implemented in a professional setting, the intern completed an internship at Hakuhodo Digital Indonesia, a digital marketing agency that manages various campaigns for Grab. The intern was assigned to the creative campaign (traffic) position, responsible for coordinating workflows between the creative team and Account Executives, as well as delivering briefs that align with the client's communication strategy. This internship provided hands-on experience in the advertising process, starting from understanding the campaign content, preparing creative briefs, to ensuring that all materials were executed according to the direction. In addition to applying marketing communication theories that particularly as studied in the Account Planning & Management and Advertising Business & Management courses, the intern also develops various soft skills, such as adaptability in a dynamic work environment, time management, team coordination, and problem-solving. By participating in this internship program, the intern gained a more concrete understanding of the crucial role of communication in the success of digital advertising strategies.

Keywords: *Marketing Communication Strategy, Creative Campaign, Advertising Campaign*

UMN

DAFTAR ISI

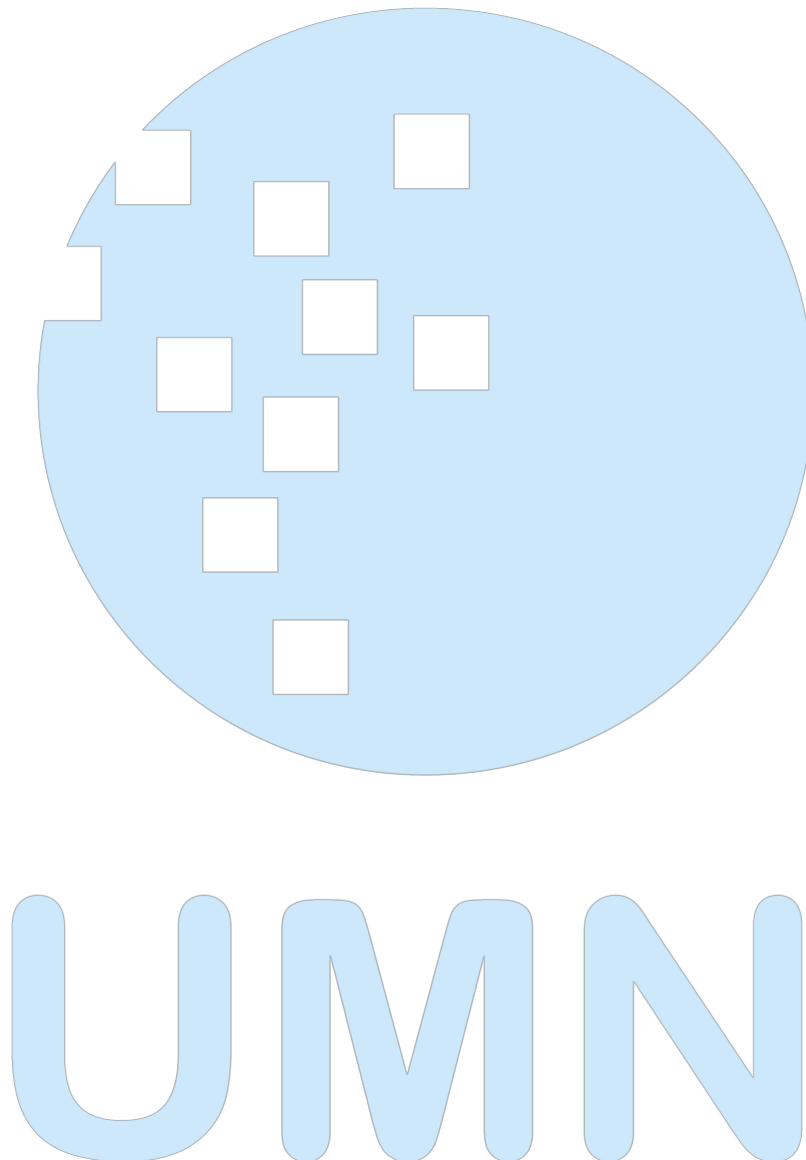
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang	5
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	6
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	6
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	6
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	9
2.1 Tentang Hakuhoodo Digital Indonesia.....	9
2.2 Visi Misi Hakuhoodo Digital Indonesia.....	11
2.3 Struktur Organisasi Hakuhoodo Digital Indonesia	12
2.4 Struktur Organisasi Departemen <i>Creative</i> Hakuhoodo Digital Indonesia	14
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	18
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang.....	18

3.2	Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang.....	19
3.3	Kendala.....	41
3.4	Solusi.....	41
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....		43
4.1	Kesimpulan.....	43
4.2	Saran.....	44
4.2.1	Saran untuk Perusahaan.....	44
4.2.2	Saran untuk Universitas.....	44
4.2.3	Saran untuk Mahasiswa.....	45
DAFTAR PUSTAKA.....		47
LAMPIRAN.....		49

UMN

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Tugas Utama <i>Creative campaign (traffic)</i>	21
---	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Top Brand Index Jasa Transportasi <i>Online</i>	1
Gambar 1. 2 Media <i>offline</i> (<i>billboard</i> dan media <i>Out of Home</i>) yang digunakan Grab.....	2
Gambar 2. 1 Logo Hakuhoodo Digital Indonesia.	10
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Hakuhoodo Digital Indonesia.	12
Gambar 2. 3 Struktur Departemen Kreatif.....	14
Gambar 3. 1 Alur Koordinasi Selama Bekerja sebagai <i>Creative campaign</i> (<i>Traffic</i>).	18
Gambar 3. 2 Jadwal Tugas Utama <i>Creative Campaign</i> (<i>Traffic</i>).	22
Gambar 3. 3 Tangkapan Layar <i>Account Executive</i> memberikan <i>brief</i> kepada <i>Creative campaign</i> (<i>traffic</i>).	24
Gambar 3. 4 Tangkapan Layar <i>To-Do List</i> untuk <i>brief</i> tim kreatif dan Kingdom Digital.....	27
Gambar 3. 5 Tangkapan Layar <i>Briefing</i> Tim Kreatif.....	29
Gambar 3. 6 Tangkapan Layar <i>Briefing</i> Kingdom Digital (KD).	32
Gambar 3. 7 <i>Meeting</i> Bersama Klien Grab.....	34
Gambar 3. 8 Proses pengecekan revisi yang telah dikerjakan tim kreatif.	37
Gambar 3. 9 Proses Penyerahan <i>Campaign</i> Kepada <i>Account Executive</i>	39
Gambar 3. 10 Proses Pengelolaan <i>Feedback</i> Klien.	40

UMN

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 - Cover Letter MBKM 01	49
Lampiran 2 - Surat Pengantar Kerja Magang	50
Lampiran 3 - Kartu Kerja Magang MBKM 02	51
Lampiran 4 - <i>Daily Task</i> MBKM 03	52
Lampiran 5 - Lembar Verifikasi MBKM 04	53
Lampiran 6 - Surat Penerimaan Magang	54
Lampiran 7 - Form Bimbingan Magang	55
Lampiran 8 - Turnitin	56
Lampiran 9 - <i>Curriculum Vitae</i>	57

UMN