

PERAN DIGITAL MARKETING DI GRAMEDIA PRINTING



Sharon Aurellia Widjaya

00000067408

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

PERAN DIGITAL MARKETING DI GRAMEDIA PRINTING



Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Sharon Aurellia Widjaya

00000067408

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
STRATEGIC COMMUNICATION
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Sharon Aurellia Widjaya

Nomor Induk Mahasiswa : 00000067408

Program studi : Ilmu Komunika

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

PERAN DIGITAL MARKETING DI GRAMEDIA PRINTING

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, 23 Juni 2025



(Sharon Aurellia Widjaya)

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

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
PERAN DIGITAL MARKETING DI GRAMEDIA PRINTING

Oleh

Nama : Sharon Aurellia Widjaya

NIM : 00000069791

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 18 Juli 2025

Pukul 10.00 s.d 11.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Helga Liliani Cakra Dewi, S.Kom., M.I.Kom.
NIDN 0317089201

Ariel Barlian Obadyah, S.Sos., M.I.Kom.
NIDN 0328058106

Pembimbing

Helga Liliani Cakra Dewi, S.Kom., M.I.Kom.
NIDN 0317089201

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, 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 : Sharon Aurellia Widjaya

NIM : 00000067408

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Strategic Communication

Jenis Karya : Laporan MBKM

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

PERAN DIGITAL MARKETING DI GRAMEDIA PRINTING

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, 23 Juni 2025

Yang menyatakan,



(Sharon Aurellia Widjaya)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan penyertaan-Nya, sehingga laporan magang ini yang berjudul **“AKTIVITAS BRAND MARKETING DI PT ULTRA PRIMA ABADI (FMCG ORANG TUA GROUP)”** dapat diselesaikan dengan baik. Laporan ini disusun sebagai bentuk pertanggungjawaban akademik atas pelaksanaan magang di PT Ultra Prima Abadi, tepatnya pada departemen *Brand Unit Formula Oral Care*. Topik ini dipilih karena relevan dengan bidang studi yang saya tekuni, yaitu *Strategic Communication*, khususnya dalam praktik *Marketing Communication*. Pengalaman magang ini memberikan kesempatan bagi saya untuk memahami lebih dalam bagaimana teori yang dipelajari di perkuliahan diterapkan secara langsung di dunia kerja. Saya juga menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung selama proses magang dan penyusunan laporan ini:

1. Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Helga Liliani Cakra Dewi, S. I.kom., M.Comm., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Stefanus Rumate, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.
7. Teman saya Bryan Rivaldo dan seluruh anak Citra *Residence* yang telah membantu memberikan dukung, motivasi, dan Informasi penting selama

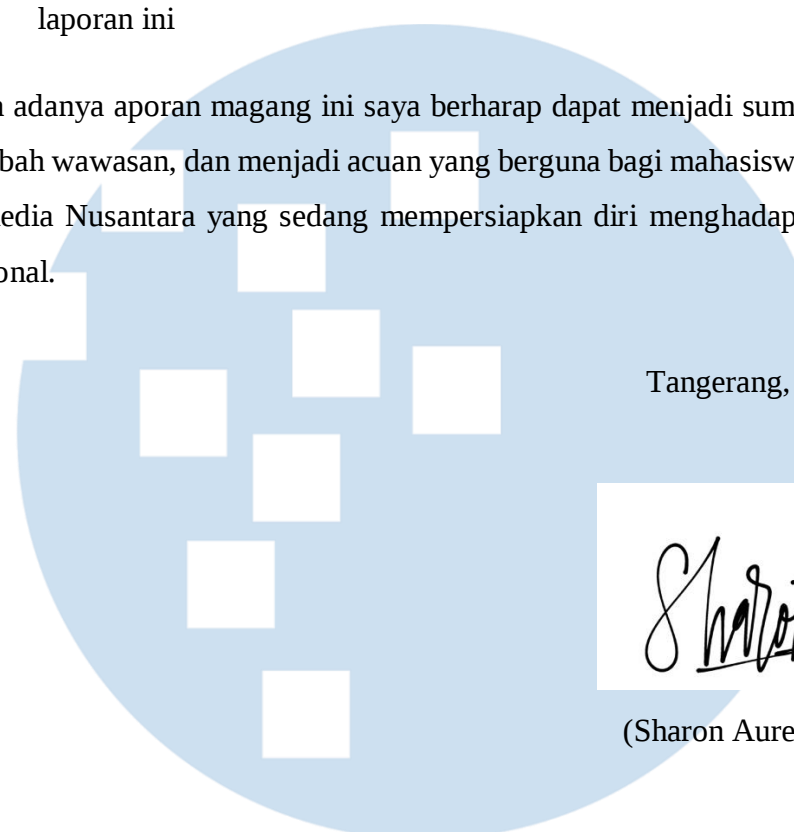
magang ini berlangsung sangat membantu saya dalam menyelesaikan laporan ini

Dengan adanya aporan magang ini saya berharap dapat menjadi sumber inspirasi, menambah wawasan, dan menjadi acuan yang berguna bagi mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara yang sedang mempersiapkan diri menghadapi dunia kerja profesional.

Tangerang, 23 Juni 2025



(Sharon Aurellia Widjaya)



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERAN DIGITAL MARKETING DI GRAMEDIA PRINTING

Shaon Aurellia Widjaya

ABSTRAK

Laporan ini membahas peran strategis digital marketing di Gramedia Printing sebagai respons terhadap perubahan perilaku konsumen dan tantangan industri percetakan di era digital. Melalui program Magang Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), penulis ditempatkan di Divisi Digital Marketing dengan fokus pada pengelolaan media sosial, penulisan artikel, pembuatan konten visual, dan pengembangan konten website berbasis SEO dan UI/UX. Selama masa magang, penulis berkontribusi dalam menyusun strategi konten digital yang relevan dan adaptif terhadap tren media sosial, serta berperan aktif dalam pembuatan konten edukatif dan promosi layanan percetakan. Kendala utama yang dihadapi adalah budaya kerja konservatif yang membatasi ruang eksplorasi konten, namun diatasi melalui pendekatan etis, edukatif, dan berbasis data. Hasil dari pengalaman ini menunjukkan bahwa digital marketing bukan hanya alat promosi, tetapi juga kunci transformasi perusahaan konvensional untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Laporan ini diharapkan memberikan kontribusi nyata terhadap penguatan strategi komunikasi Gramedia Printing serta menjadi referensi bagi mahasiswa dalam memahami implementasi digital marketing di dunia kerja profesional.

Kata kunci: Digital marketing, Gramedia Printing, media sosial, konten digital

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

THE ROLE OF DIGITAL MARKETING AT GRAMEDIA PRINTING

Shaon Aurellia Widjaya

ABSTRACT

This report explores the strategic role of digital marketing at Gramedia Printing in response to shifting consumer behavior and the challenges faced by the printing industry in the digital era. Through the Kampus Merdeka internship program, the author was assigned to the Digital Marketing Division, focusing on social media management, article writing, visual content creation, and SEO-based website development. During the internship, the author contributed to designing relevant and adaptive digital content strategies aligned with current social media trends, while actively producing educational and promotional content for printing services. The main challenge encountered was a conservative work culture that limited creative freedom, which was addressed through ethical, educational, and data-driven approaches. This experience highlights that digital marketing is not only a promotional tool but also a catalyst for transforming conventional businesses to reach broader audiences. This report aims to provide practical insights that support Gramedia Printing's communication strategy and serve as a reference for students to understand real-world digital marketing practices.

Keywords: Digital Marketing, Gramedia Printing, Social media, Digital content

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Magang	4
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang	4
1.3.1 Prosedur Pelaksanaan Magang	5
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	7
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	7
2.1.1 Visi dan Misi	10
2.1.2 Logo Perusahaan	12
2.1.3 Komitmen Gramedia Printing	13
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	13
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	16

3.1 Kedudukan dan Koordinasi	16
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang.....	17
3.2.1 Tugas Kerja Magang Utama.....	17
3.2.2 Uraian Kerja Magan	18
3.2.4 Kendala Utama.....	30
3.2.5 Solusi yang Diberikan	31
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	33
4.1 Kesimpulan.....	33
4.2 Saran.....	35
DAFTAR PUSTAKA	37
LAMPIRAN	38

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Gambar Chart penggunaan Media Social di Indoensia	2
Gambar 1.2 Data Industri Print	2
Gambar 2.1 Gambar Logo perusahaan	10
Gambar 2.2 Gambar Struktur Perusahaan	12
Gambar 3.1 Content Plan	18
Gambar 3.2 Contoh Content	20
Gambar 3.3 Tampilan Website	21
Gambar 3.4 Tampilan QnA	24
Gambar 3.5 Contoh Artikel	27



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Sruta Pengantar MBKM (MBKM 01)	38
Lampiran B Kartu MBKM (MBNKM 02).....	39
Lampiran C Daily Task Magang (MBKM 03).....	40
FORM BIMBINGAN INTERNSHIP REPORT	49
Lampiran D Lembar Verifikasi Laporan MBKM Magang (MBKM 04)	50
E Surat Penerimaan Magang	51
Lampiran G Dokumentasi Selama Magang	54
Lampiran H Hasil Turnittin.....	55

