

PERAN *DIGITAL MARKETING INTERN*
PADA IDEMU PT VIVERE MULTI KREASI



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Gabriella Christina Lianto

00000057087

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

**PERAN *DIGITAL MARKETING INTERN*
PADA IDEMU PT VIVERE MULTI KREASI**



LAPORAN MAGANG

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

Gabriella Christina Lianto

00000057087

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

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Gabriella Christina Lianto

Nomor Induk Mahasiswa : 00000057087

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

PERAN *DIGITAL MARKETING INTERN* PADA PT VIVERE 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 maupun dalam penulisan laporan MBKM, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan MBKM yang telah saya tempuh.

Tangerang, 23 Juli 2025



(Gabriella Christina Lianto)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN
Laporan MBKM dengan judul
PERAN *DIGITAL MARKETING INTERN*
PADA IDEMU PT VIVERE MULTI KREASI

Oleh

Nama : Gabriella Christina Lianto
NIM : 00000057087
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Jumat, 18 Juli 2025
Pukul 08.30 s.d 09.30 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang


Dian
Nuranindya
2025.07.27
20:49:45
+07'00'

Dian Nuranindya S.E., M.Si

NIDN 0314128502

Penguji



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

NIDN 0331077503

Pembimbing


Dian Nuranindya
2025.07.27
20:50:14 +07'00'

Dian Nuranindya S.E., M.Si.

NIDN 0314128502

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi


Digitally signed by Cendera
Rizky Anugrah Bangun
Date: 2025.07.28 10:47:33
+07'00'

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 : Gabriella Christina Lianto

NIM : 00000057087

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya : Laporan MBKM

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 DIGITAL MARKETING INTERN

PADA IDEMU PT VIVERE MULTI KREASI

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 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 Juli 2025

Yang menyatakan,



(Gabriella Christina Lianto)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan Magang ini dengan judul: **“Peran Digital Marketing Intern Pada IDEMU PT Vivere Multi Kreasi”** dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar S.I.Kom Jurusan Komunikasi Strategis Pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan magang ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan laporan magang ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun M.Si , selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Dian Nuranindya S.E., M.Si., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini..
6. Ci Della, Rio, Kalila, Kenza, Jeti, Nadine, Diva, GC, Angel, dan Putrida yang telah memberikan dukungan moral sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan magang.

Semoga karya ilmiah ini dapat digunakan sebagai sumber informasi yang bermanfaat bagi para pembacanya

Tangerang, 23 Juli 2025



(Gabriella Christina Lianto)

PERAN *DIGITAL MARKETING INTERN* PADA IDEMU PT VIVERE MULTI KREASI

(Gabriella Christina Lianto)

ABSTRAK

Pemasaran digital pada era modern saat ini memiliki peran yang sangat penting dan berpengaruh bagi para pelaku usaha termasuk PT VIVERE Group. Dalam praktik kerja magang sebagai *Digital Marketing Intern* di PT VIVERE Group, penulis turut menerapkan teori komunikasi *marketing communication*, *brand awareness*, dan *digital campaign*, selama lima bulan menjalani praktek kerja magang, penulis menghadapi kendala yaitu kurangnya keterlibatan *Supervisor* lapangan dalam membimbing, memberi arahan terkait jobdesk yang harus dijalankan, dan kurang informatif terhadap jadwal event internal maupun eksternal perusahaan. Oleh karena itu, diharapkan kedepannya perusahaan dapat menyediakan *Supervisor* lapangan yang mampu memberikan arahan terkait tugas Intern yang sesuai dengan kapasitas dan jobdesk yang seharusnya. Kendala ini berhasil diatasi dengan bersikap proaktif dalam bertanya kepada *Supervisor* apabila arahan yang diberikan kurang jelas, turut mencari referensi tugas yang diberikan dari website resmi perusahaan, dan bertanya dengan sesama *intern* perusahaan. Dengan begitu, penulis dapat menyelesaikan tugas dengan lebih efektif serta memahami praktik pemasaran dan kampanye digital.

Kata kunci: Pemasaran Digital, Kampanye Digital, Digital Marketing Intern, Idemu, Vivere Group, Vivere Multi Kreasi.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERAN *DIGITAL MARKETING INTERN* PADA IDEMU PT VIVERE MULTI KREASI

(Gabriella Christina Lianto)

ABSTRACT (English)

Digital marketing in today's modern era plays an important and influential role for businesses, including PT VIVERE Group. During the internship as a Digital Marketing Intern at PT VIVERE Group, the author applied theories of marketing communication, brand awareness, and digital campaigns. Throughout the five-month internship period, the author encountered several challenges, particularly the lack of involvement from the field supervisor in providing guidance, task instructions, and information regarding both internal and external company events. Therefore, it is suggested that the company provide supervisors who are able to give clear direction that aligns with the intern's responsibilities and capacity. These challenges were overcome by being proactive in asking the supervisor for clarification when instructions were unclear, searching for task references from the company's official website, and discussing with fellow interns. As a result, the author was able to complete the assigned tasks more effectively and gain a better understanding of marketing practices and digital campaigns..

Keywords: *Digital Marketing, Digital Campaign, Digital Marketing Intern, Idemu, Vivere Group, Vivere Multi Kreasi.*

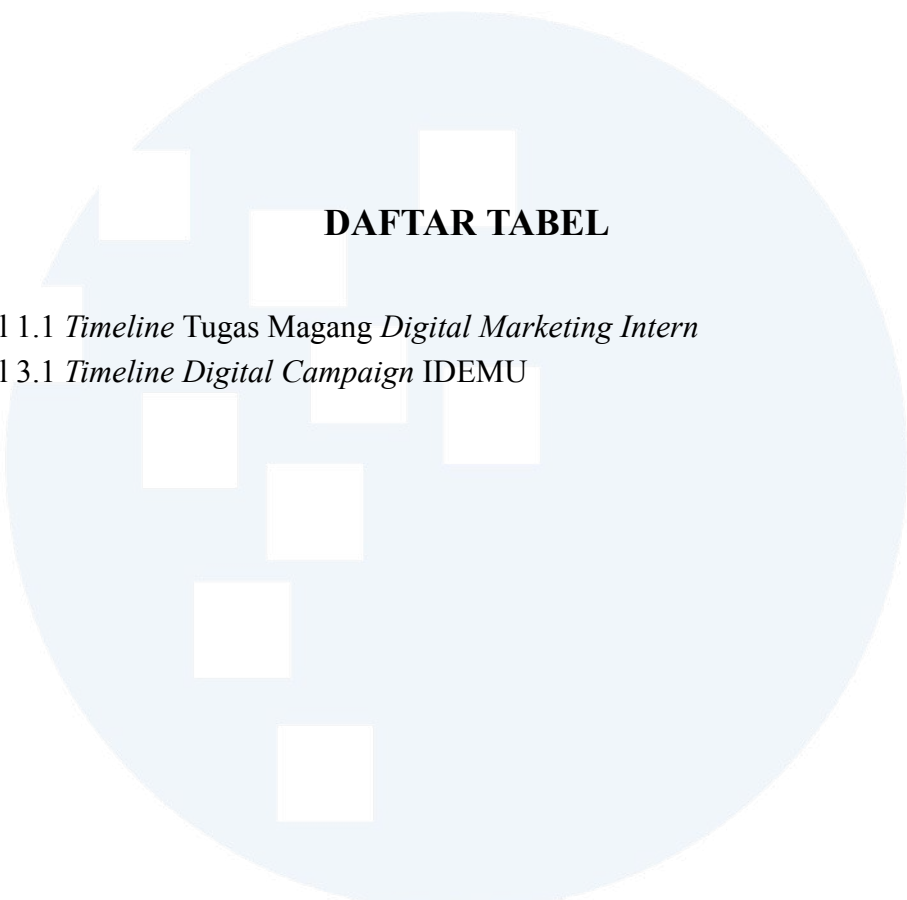
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT (English)</i>	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang	4
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	5
1.3.1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	5
1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	5
1.3.2.1. Proses Administratif Kerja Magang Kampus UMN	5
1.3.2.2. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang	6
1.3.2.3. Proses Pelaksanaan Praktek Kerja Magang	6
BAB II	
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	7
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	7
2.1.1 Visi Misi	10
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	10
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	12
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	12
3.2.1 Tugas Kerja Magang	12
3.2.2 Uraian Kerja Magang	13
3.2.2.1 <i>Digital Marketing</i>	13
3.2.2.2 <i>Brand Awareness</i>	25
3.2.2.3 <i>Digital Campaign</i>	32

3.2.2.4 <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>	35
3.2.2.5 <i>Customer Relations Management</i>	37
3.2.2.6 <i>Competitor Analysis</i>	41
3.3 Kendala yang Ditemukan	43
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	44
BAB IV	
SIMPULAN DAN SARAN	45
4.1 Simpulan	45
4.2 Saran	46
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN	48
A. Surat Pengantar MBKM (MBKM 01)	48
B. Kartu MBKM (MBKM 02)	49
C. Daily Task Kewirausahaan (MBKM 03)	50
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04)	51
F. Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin	52
G. Lampiran Struktur Perusahaan	56
H. Lampiran Surat Keterangan Penerimaan Kerja	57





DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Timeline Tugas Magang Digital Marketing Intern</i>	12
Tabel 3.1 <i>Timeline Digital Campaign IDEMU</i>	30



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Overview Of The Adoption And Use Of Connected Devices and Service</i>	2
Gambar 1.2 <i>Overview Of The Adoption And Use Of Connected Devices and Service</i>	2
Gambar 2.1 Logo VIVERE Group.....	7
Gambar 2.2 Logo IDEMU.....	8
Gambar 3.1 Informasi dan Layanan IDEMU.....	14
Gambar 3.2 Bukti DM Instagram IDEMU.....	15
Gambar 3.3 Bukti Konten <i>Interactive Story</i>	16
Gambar 3.4 Konten TikTok IDEMU.....	17
Gambar 3.5 Konten Informatif IDEMU.....	19
Gambar 3.6 Informasi Promo dan Layanan IDEMU.....	20
Gambar 3.7 Piramida <i>Brand Awareness</i>	21
Gambar 3.8 Konten <i>Brand Awareness MORIHAUS Collection</i>	23
Gambar 3.9 Konten <i>Video Profile Brand Awareness MORIHAUS Collection</i>	24
Gambar 3.10 <i>Awareness NOMA Series</i>	25
Gambar 3.11 Konten <i>Brand Awareness Antimicrobial IDEMU</i>	26
Gambar 3.12 Konten <i>Brand Awareness Mountain Mystery</i>	27
Gambar 3.13 Content Plan Digital Campaign.....	29
Gambar 3.14 Konten Antimicrobial IDEMU.....	32
Gambar 3.15 <i>Collaborative Event</i> dengan Konsumen.....	35
Gambar 3.16 Komplain Konsumen.....	36
Gambar 3.17 <i>Project Tender IDEMU</i>	38

DAFTAR LAMPIRAN

Surat Pengantar MBKM (MBKM 01)	45
Kartu MBKM (MBKM 02)	46
<i>Daily Task</i> Kewirausahaan (MBKM 03)	47
Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04)	48
Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin	49
Lampiran Struktur Perusahaan	53
Lampiran Surat Keterangan Penerimaan Kerja	54

