

**AKTIVITAS DIGITAL STRATEGIST PADA DEPARTMENT
STRATEGY ALVA DIGITAL ADVERTISING**



LAPORAN MAGANG

ANDRE KUSUMA

00000068131

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

**AKTIVITAS DIGITAL STRATEGIST PADA DEPARTMENT
STRATEGY ALVA DIGITAL ADVERTISING**



LAPORAN MAGANG

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

Andre Kusuma

00000068131

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Andre Kusuma

Nomor Induk Mahasiswa : 00000068131

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

**AKTIVITAS DIGITAL STRATEGIST PADA DEPARTMENT STRATEGY
ALVA DIGITAL ADVERTISING**

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

Tangerang, 17 Juli 2025



(Andre Kusuma)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**AKTIVITAS DIGITAL STRATEGIST PADA DEPARTMENT
STRATEGY ALVA DIGITAL ADVERTISING**

Oleh

Nama : Andre Kusuma
NIM : 00000068131
Program Studi : Ilmu Komunikasi
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 Penguji


Asep Sutresna, S.I.Kom, M.A.

NIDN 0307126303

Theresia Lavietha Vivrie Lolita,
S.Ikom, M.Ikom.
NIDN 0327019001

Pembimbing


Asep Sutresna, S.I.Kom, M.A.
NIDN 0307126303

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

HALMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Andre Kusuma
NIM : 00000068131
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 STRATEGIST PADA DEPARTMENT STRATEGY ALVA DIGITAL ADVERTISING

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 pemangag/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 30 Juni 2025

Yang menyatakan,



(Andre Kusuma)

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 berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya pemagangan laporan magang ini dengan judul:

“AKTIVITAS DIGITAL STRATEGIST PADA DEPARTMENT STRATEGY ALVA DIGITAL ADVERTISING” 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 Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara
4. Bapak Asep Sutresna sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Bapak Asep Sutresna selaku Ketua Sidang dan Ibu Theresia LV Lolita selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, khususnya kepada ibu saya Santi Kusuma yang selalu memberikan saya dukungan dan meyakinkan saya untuk bisa melangkah dan menyelesaikan proses ini.
7. Tim kantor Orlange, terutama Rangga Akbar Pradipta bersama Budi Adityo selaku Strategy Director dan supervisor kerja magang, serta Aghnia Muthi selaku Senior Digital Strategist yang telah membimbing secara langsung. Terima kasih juga kepada Nabila Ibrahim (Associate

Strategy Director), Alexander Nugi Nugroho (Senior Digital Strategist), Zahra Nuha, Cut Ashqara Meraxa, Yolanda Nuraini, Adam Prireza (Digital Strategist), Andi Annisa Ivana Putri, Randy Rizaldi, Citro Wira Sadewo, dan Pegary Paras Putri (Junior Digital Strategist) atas bimbingan dan kerjasamanya selama kegiatan magang, serta dukungan dan koordinasi harian yang luar biasa dari Budi Adityo, Aghnia Muthi, dan Alexander Nugi Nugroho.

8. Rekan-rekan magang: Shangrila, Benedict Tay, Felicia Meiva, dan Gabriella Joselyn, Janicem Nanda yang telah menjadi teman belajar, diskusi, dan tumbuh bersama dalam proses magang ini.
9. Teman-teman terdekat saya yang tergabung dalam circle *Pepor*: Aurel, Bebe, Chang, Euven, Ghea, Kenny, Mandu, Neville, Nicole, Reuben, Santa, Saul, dan Timmy terima kasih atas semangat, canda, dan *emotional support* yang selalu menguatkan.
10. David, yang selalu menjadi *support system* 24/7, dalam segala kondisi.
11. Wiwik sebagai *emotional support pet*, serta Kokomi dan Zayne, serta Rana yang menjadi *emotional support characters* yang tidak tergantikan sepanjang perjalanan ini.

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

Tangerang, 30 Juni 2025



(Andre Kusuma)

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

AKTIVITAS DIGITAL STRATEGIST PADA DEPARTMENT STRATEGY ALVA DIGITAL ADVERTISING

Andre Kusuma

ABSTRAK

The growth of the digital advertising industry over the past decade has significantly increased the demand for strategic talent in communication and digital marketing. This internship report is based on practical work experience as a Digital Strategist Intern at OLRANGE, a digital advertising agency. The main objective of the internship was to implement campaign planning skills, conduct audience research, and develop content briefs tailored to the needs of clients from various sectors. This report adopts the conceptual frameworks of Integrated Brand Campaign and Account Planning to guide a comprehensive approach to campaign development. One of the primary challenges encountered during the internship was the gap between academic theories and real-world professional practices, particularly in terms of strategic planning and delivering messages through visual presentations. After completing approximately one hundred days of internship, this project highlights the importance of strategic thinking agility and visual communication skills as essential competencies not only in advertising but across broader professional contexts.

Kata kunci: *digital advertising, communication strategy, content brief, brand campaign, audience research*



DIGITAL STRATEGIST ACTIVITIES IN THE STRATEGY DEPARTMENT OF ALVA DIGITAL ADVERTISING

Andre Kusuma

ABSTRACT

The background for choosing an internship place is the growth of the digital advertising industry in the last ten years. *The purpose* of this internship is to implement the concept of copywriting in the company where the internship is. *The company* where the internship is located is a multinational advertising agency, namely Ogilvy which is an advertising agency under WPP. *The position* chosen in the internship activity is a copywriter in the Creative Department. *The job description* of a copywriter is to create advertising ideas and plans and execute them in the form of advertisements for various types of media. *The concept* used in this internship report is the advertising concept and the concept of copywriting. *The main obstacle* in the internship process is that there are differences in the work structure of multinational advertising agencies when compared to the creative work process in the literature. After conducting an internship for a hundred days, it was *concluded* that there was a difference between the creative process of copywriting in traditional media and digital media.

Keywords: <<digital advertising>>, <<strategic communication>>, <<content briefing>>, <<brand campaign>>, <<audience research>>

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

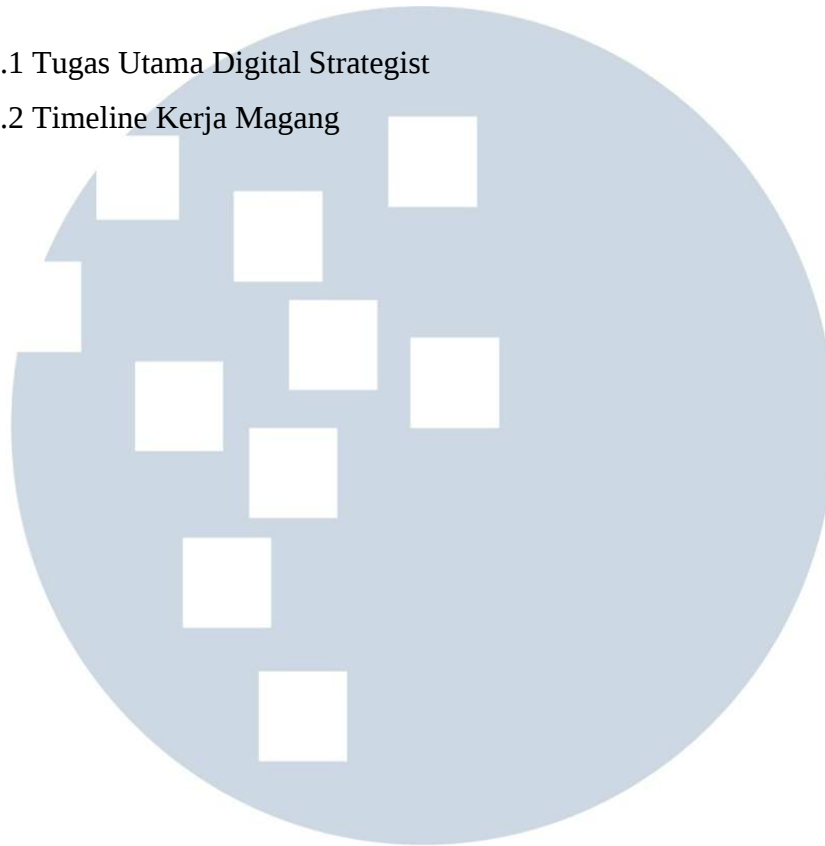
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang	8
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/ORGANISASI	11
2.1 Tentang Future Creative Network & Orlange Advertising	11
2.2 Visi Misi OLRANGE	13
2.3 Struktur Organisasi OLRANGE	13
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	17
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang	17
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang	18
3.2.1 Tugas Kerja Magang	18
3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang	20
3.2.3 Kendala Utama	68
3.2.4 Solusi	69
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	71
4.1 Simpulan	71

4.2	Saran	71
4.2.1	Saran untuk Perusahaan	72
4.2.2	Saran untuk Universitas	72
4.2.3	Saran untuk Mahasiswa	73
DAFTAR PUSTAKA		75
LAMPIRAN		77



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas Utama Digital Strategist	19
Tabel 3.2 Timeline Kerja Magang	19



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo FCN	11
Gambar 2.2 Logo Orlange Digital Adverstising	12
Gambar 2.3 Struktur Organisasi OLRANGE	13
Gambar 2.4 Struktur Organisasi Divisi Strategi OLRANGE	15
Gambar 3.1 Eskulin Research 1	23
Gambar 3.2 Eskulin Research 2	24
Gambar 3.3 Eskulin Research 3	25
Gambar 3.4 Eskulin Research 4	25
Gambar 3.5 Nuvo Research 1	27
Gambar 3.6 Nuvo Research 2	28
Gambar 3.7 Paseo Research 1 Sumber: Dokumen internal perusahaan yang dikelola Pemegang (2025)	29
Gambar 3.8 Paseo Research 2 Sumber: Dokumen internal perusahaan yang dikelola Pemegang (2025)	30
Gambar 3.9 Regen Research 1 Sumber: Dokumen internal perusahaan yang dikelola Pemegang (2025)	31
Gambar 3.10 Regen Research 2 Sumber: Dokumen internal perusahaan yang dikelola Pemegang (2025)	32
Gambar 3.11 Regen Research 3 Sumber: Dokumen internal perusahaan yang dikelola Pemegang (2025)	32
Gambar 3.12 Regen Research 4 Sumber: Dokumen internal perusahaan yang dikelola Pemegang (2025)	33
Gambar 3.13 Regen Research 5 Sumber: Dokumen internal perusahaan yang dikelola Pemegang (2025)	34
Gambar 3.14 Regen Research 6 Sumber: Dokumen internal perusahaan yang dikelola Pemegang (2025)	35
Gambar 3.15 By.U KOL Mapping 1	38
Gambar 3.16 Drama Research 1 Sumber: Dokumen internal perusahaan yang dikelola Pemegang (2025)	40

Gambar 3.17 Drama Research 2	41
Gambar 3.18 Drama Research 3	41
Gambar 3.19 Content Brief BTN 1 Sumber: Dokumen internal perusahaan yang dikelola Pemegang (2025)	45
Gambar 3.20 Content Brief BTN 2 Sumber: Dokumen internal perusahaan yang dikelola Pemegang (2025)	46
Gambar 3.21 Content Brief Regen 1 Sumber: Dokumen internal perusahaan yang dikelola Pemegang (2025)	47
Gambar 3.22 Content Brief Regen 2 Sumber: Dokumen internal perusahaan yang dikelola Pemegang (2025)	48
Gambar 3.23 Content Brief Regen 3 Sumber: Dokumen internal perusahaan yang dikelola Pemegang (2025)	49
Gambar 3.24 Content Brief Regen 4 Sumber: Dokumen internal perusahaan yang dikelola Pemegang (2025)	49
Gambar 3.25 Content Brief Astra 1 Sumber: Dokumen internal perusahaan yang dikelola Pemegang (2025)	50
Gambar 3.26 Content Brief Astra 2 Sumber: Dokumen internal perusahaan yang dikelola Pemegang (2025)	51
Gambar 3.27 Content Brief Astra 3 Sumber: Dokumen internal perusahaan yang dikelola Pemegang (2025)	52
Gambar 3.28 Report NuTea 1	57
Gambar 3.29 Report NuTea 2 Sumber: Dokumen internal perusahaan yang dikelola Pemegang (2025)	58
Gambar 3.30 Report NuTea 3 Sumber: Dokumen internal perusahaan yang dikelola Pemegang (2025)	59
Gambar 3.31 Report NuTea 4 Sumber: Dokumen internal perusahaan yang dikelola Pemegang (2025)	59
Gambar 3.32 Report NuTea 5 Sumber: Dokumen internal perusahaan yang dikelola Pemegang (2025)	60
Gambar 3.33 Report NuTea 6 Sumber: Dokumen internal perusahaan yang dikelola Pemegang (2025)	60

Gambar 3.34 Report NuTea 7 Sumber: Dokumen internal perusahaan yang dikelola Pemegang (2025)	61
Gambar 3.35 Report Geely 1 Sumber: Dokumen internal perusahaan yang dikelola Pemegang (2025)	63
Gambar 3.36 Report Geely 2 Sumber: Dokumen internal perusahaan yang dikelola Pemegang (2025)	65



DAFTAR Lampiran

Lampiran MBKM-01 Cover Letter MBKM Internship Track 1	77
Lampiran MBKM-02 MBKM Internship Track 1 Card	78
Lampiran MBKM-03 Daily Task-Internship Track 1	79
Lampiran MBKM-04 Verification Form of Internship Report MBKM Internship Track 1	80
Lampiran Letter of Acceptance	81
Lampiran Form Bimbingan Internship Report Program Studi Ilmu Komunikasi Semester Genap 2024/2025	82
Lampiran Hasil Turnitin	83
Lampiran CV Andre Kusuma	84

