BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Sepanjang kegiatan kerja magang di PT PrimaGraphia Digital, penulis ditempatkan pada divisi Digital Marketing sebagai intern. Penulis mendapatkan tugas dari Digital Marketing Supervisor untuk membantu dalam pembuatan konten media sosial PrimaGraphia, dengan fokus utama pada platform TikTok. Selain itu, penulis juga berperan dalam mengembangkan ide dan mencari referensi konten yang sesuai dengan karakteristik serta preferensi perusahaan.

Setiap harinya, penulis menerima arahan langsung dari Digital Marketing Supervisor terkait pembuatan konten, baik yang dikerjakan secara individu maupun yang melibatkan kolaborasi dengan tim pemasaran lainnya. Seluruh proses ini bertujuan untuk memastikan bahwa konten yang dihasilkan tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga selaras dengan strategi dan citra merek perusahaan.

Berikut ini adalah bagan alur koordinasi tugas dan komunikasi selama penulis melaksanakan program internship sebagai Digital Marketing Intern:

Seluruh kegiatan di *digital marketing* yang diselenggarakan berada di bawah tanggung jawab Vice President Marketing dan Supervisor Digital Marketing.

Gambar 3. 1 Bagan Koordinasi

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Tahap Pekerjaan	Uraian Tugas	April				Mei				Juni				Juli	
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2
Content Planning	- Brainstorming bersama tim marketing - Menyusun konten plan untuk sosial media PrimaGraphia														
Content Production	- Membuat Storyboard														
	- Melakukan proses shooting														
Content Creation	- Mengedit video														
Copywriting	- Membuat caption di TikTok														

Tabel 3. 1 Aktivitas Proses Kerja Magang

Selama mengikuti kegiatan magang di PT PrimaGraphia Digital, penulis ditempatkan pada posisi sebagai Digital Marketing Intern dengan fokus utama pada produksi dan perencanaan konten promosi digital. Penulis secara langsung terlibat dalam mendukung berbagai program pemasaran melalui kanal digital perusahaan, dengan tujuan memperluas jangkauan audiens serta memperkuat brand awareness PrimaGraphia di tengah kompetisi industri percetakan.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Tugas utama yang dijalankan meliputi pembuatan konten promosi, penyusunan dokumen content planning mingguan, serta pelibatan dalam brainstorming ide-ide kreatif untuk kampanye digital. Platform yang digunakan mencakup Instagram, TikTok, Facebook, website resmi perusahaan, dan Instagram Ads. Konten yang dibuat beragam, mulai dari promosi produk kemasan, layanan percetakan stiker, hingga konten interaktif yang disesuaikan dengan tren di media sosial.

Setiap konten yang telah dirancang tidak langsung dipublikasikan, tetapi terlebih dahulu melalui proses peninjauan oleh Digital Marketing Supervisor. Dalam proses ini, penulis belajar bagaimana menyusun pesan promosi yang komunikatif, memilih elemen visual yang sesuai dengan identitas brand, serta menyesuaikan gaya bahasa dengan karakter target audiens. Kegiatan ini mencerminkan penerapan konsep *IMC* (Integrated Marketing Communication) yang menekankan pentingnya konsistensi dalam semua elemen komunikasi.

Dalam pelaksanaan tugas, penulis juga sering bekerja sama dengan tim desain grafis, tim produksi, serta customer service untuk memastikan konten yang dipublikasikan sesuai dengan realitas layanan dan produk PrimaGraphia. Keterlibatan lintas divisi ini memberi pengalaman langsung dalam koordinasi proyek dan manajemen komunikasi internal, yang penting dalam menjaga keselarasan antara promosi dan layanan aktual.

Masa magang berlangsung selama kurang lebih 100 hari kerja, yang mencakup siklus kerja dari tahap riset audiens, perencanaan, produksi konten, hingga analisis hasil kampanye. Tugas ini menuntut penulis untuk menguasai keterampilan copywriting, digital campaign strategy, serta penggunaan tools analitik media sosial. Penulis juga mempelajari bagaimana dinamika kerja profesional di bidang digital marketing membutuhkan kreativitas yang terukur dan responsivitas terhadap perubahan tren digital.

Dari segi refleksi, peran ini memperkuat pemahaman penulis mengenai bagaimana strategi pemasaran digital tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga konseptual. Penerapan teori komunikasi massa, strategi komunikasi pemasaran, dan prinsip brand positioning menjadi kerangka dalam menyusun konten yang efektif

dan berdampak. Oleh karena itu, pengalaman magang ini menjadi medium penting dalam menghubungkan teori perkuliahan dengan praktik nyata di industri kreatif.

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Digital marketing merupakan serangkaian aktivitas pemasaran dimana harus melaksanakannya melalui perangkat yang terhubung melalui internet, dengan memanfaatkan berbagai strategi dan media digital. Tujuan utamanya adalah membangun komunikasi yang efektif dengan calon *customer* maupun *customer* aktif melalui *platform* digital.

Media yang bisa diterapkan pada pemasaran digital seperti website, blog, media sosial, YouTube, iklan digital, dll. Strategi ini memungkinkan bisnis untuk menampilkan penawaran suatu produk atau jasa secara lebih luas dan lebih tepat sasaran.

Saat ini, pemasaran digital menjadi pilihan utama bagi banyak pelaku bisnis, karena dinilai lebih efisien dan dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Dengan memanfaatkan teknologi seperti internet, media sosial, promosi produk dan layanan dapat dilakukan secara cepat dan terukur.

Keunggulan lainnya dari *digital marketing* antara lain :

- biaya promosi yang lebih terjangkau
- proses branding yang lebih cepat dan efisien.
- kemampuan untuk menyasar target pasar yang lebih spesifik dan dapat disesuaikan dengan kebutuhan suatu perusahaan.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Gambar 3.2.2 Konten Pertama Saat Magang di PrimaGraphia
Sumber : Data Olahan

Gambar 3.2.3 Konten Promo "Gratis Ongkir" PrimaGraphia Graha
Sumber : Data Olahan

PrimaGraphia menerapkan strategi pemasaran digital sebagai bagian dari upaya untuk meluaskan jangkauan pasar dan menaikkan penjualan sekaligus sekaligus memperkuat brand awareness. Di tengah persaingan yang makin ketat di industri percetakan, terutama dalam produk-produk seperti kemasan, stiker, dan kebutuhan promosi lainnya, pengenalan merek menjadi hal utama atau kunci agar pelanggan mudah untuk mengenali dan mengingat layanan yang ditawarkan oleh PrimaGraphia.

Salah satu tantangan besar yang dihadapi tim pemasaran digital adalah menangani persepsi negatif yang terkadang muncul di media sosial, khusunya untuk

platform seperti Instagram dan TikTok, terdapat komentar negatif dari *viewers* terkait logo PrimaGraphia, kualitas, atau layanan yang disalahpahami dalam satu konten promosi. Karena hal tersebut, tim *digital marketing* melaksanakan analisis komentar dan membuat konten yang bertujuan untuk membangun citra positif serta memberikan edukasi melalui konten untuk memberitahukan kepada *viewers* keunggulan dari layanan PrimaGraphia.

Dengan memperkuat strategi konten dan interaksi di media digital, PrimaGraphia ingin membangun citra sebagai perusahaan percetakan modern yang responsif terhadap kebutuhan pelanggan, kepercayaan pelanggan di bangun melalui kualitas cetak yang konsisten, pelayanan yang cepat, serta transparansi dalam proses pemesanan. Untuk mendukung loyalitas pelanggan, PrimaGraphia juga memiliki program Membership Klik Card, dimana pelanggan akan mendapatkan keuntungan khusus bagi pelanggan setia. Hal ini menjadi salah satu strategi untuk memastikan pelanggan tidak hanya puas, namun juga kembali untuk menggunakan jasa cetak di kemudian hari. Melalui pendekatan inilah PrimaGraphia berharap memapu bersaing secara efektif dengan percetakan lainnnya.

Tugas-tugas yang dilakukan oleh *Digital Marketing Intern* yang menerapkan pemasaran digital, yaitu :

1. Content Marketing

   Menurut Joe Pulizzi (2013), *content marketing* dapat diartikan sebagai suatu metode strategis yang berpusat pada upaya menghasilkan dan menyalurkan konten yang berkualitas, memiliki nilai guna, dan disampaikan secara berkelanjutan. Pendekatan ini bertujuan untuk membangun daya tarik dan loyalitas audiens yang spesifik, dengan harapan dapat mendorong mereka untuk melaksanakan tindakan yang menguntungkan bisnis.

   PrimaGraphia memanfaatkan strategi tersebut untuk menyampaikan informasi produk dan layanan melalui berbagai kanal digital seperti Instagram, TikTok, dan Website. Konten yang dirancang tidak hanya bertujuan untuk menarik perhatian, tetapi juga membangun kedekatan dengan pelanggan potensial serta memperkuat identitas brand di tengah persaingan industri percetakan.

Dalam praktiknya, tim marketing juga menyusun *content planning* mingguan, untuk memastikan bahwa konten yang diunggah tetap konsisten, terarah, dan selaras dengan tujuan komunikasi perusahaan. Dengan adanya perencanaan yang matang, maka perusahaan dapat mengevaluasi efektivitas kampanye sebelumnya dan menyusun strategi yang lebih baik lagi untuk ke depannya.

Berikut adalah *content planning* yang telah dibuat oleh penulis :

Nama Promo	Periode	Detail Promo	S&K
CETAR	10 feb - 12 April	Indigo Big Size Rp8500 Sticker Label UV Roll & Sheet Diskon 18% Spanduk Banner Flexi 280 Rp15.540 Sticker Ultra Clear UV Ink Diskon 15% Cutting Sticker Rp.3000	
CETAR Cetak Hemat Extra Promo	13 April - 16 Juni	CETAR Cetak Hemat Extra Promo Sticker Vinyl A3 cuma Rp5.000 Sticker Label UV Roll & Sheet Diskon 18% Spanduk Banner Flexi 280 Rp15.540 Jasa Cutting Sticker mulai dari Rp.2000 Print A3+ Diskon up to 25% khusus pengguna kartu klik PG Roll Up Banner Diskon 10%	CETAR - Cetak Hemat Extra Promo dari PrimaGraphia sudah mulai! Nikmati promo spesial untuk berbagai kebutuhan cetak kamu: Sticker Vinyl A3 cuma Rp5.000 Order min >200 pcs Sticker Label UV Roll & Sheet Diskon 18% Spanduk Banner Flexi 280 hanya Rp15.540, kecuali Bogor di Rp15.000 Jasa Cutting Sticker mulai dari Rp2.000 Print A3+ Diskon hingga 25%* (*khusus pengguna kartu Klik PG) Roll Up Banner hanya Rp193.500 Periode Promo: 13 April – 16 Juni 2025 Yuk, saatnya cetak kebutuhan promosi kamu makin hemat dan maksimal bersama #PrimaGraphia #PrimaGraphia #MitraCetakKekinian #CETAR #PromoCetak #MitraCetakKekinian #PromoPrinting #CetakMurah #PromoAprilMei
BBM BOGOR		"BBM (Bebas Biaya kirIM) - Print apa aja Ongkir Rp.0""	Kabar Baik untuk Warga BOGOR! Cetak di PrimaGraphia BOGOR kini bisa bebas biaya kirim. Simak syarat dan ketentuannya di sini: Promo Bebas Biaya Kirim (BBM) berlaku untuk minimum order Rp350.000 Layanan bebas biaya kirim hanya berlaku untuk radius 0 km - 5 km dari PrimaGraphia Bogor. Jika lokasi pengiriman dalam radius 5 km - 15 km, biaya kirim yang dikenakan hanya Rp10.000. Berat produk yang di cetak maks 50 Kg/ordernya dengan dimensi maks p 90 x l 60 Promo tidak dapat di gabungkan dengan promo lain Syarat dan ketentuan dapat berubah sewaktu-waktu tanpa pemberitahuan sebelumnya Tunggu apa lagi? Yuk mampir ke PrimaGraphia Bogor sekarang Jl. Sindang Barang Pengkolan, RT.01/RW.04, Loji, Kec. Bogor Bar., Kota Bogor, Jawa Barat 16117 WA: 08118187897
Parade Cetak Diskon s.d. 25%	23 Juni - 19 Sept 2025	Parade Cetak Diskon s.d. 25% 23 Juni - 14 Sept 2025 Cetak Sticker A3 + Cutting cuma Rp8000 Cetak Produk Kain Diskon 15% Umbul2 kain Gelang Tiket Buku Brosur Packaging Poster A3 Stiker A3 Eco Solven Outdoor 260 Ongkos cutting sticker 2000 Roll Up 193.500 X Banner 61.500	Parade Cetak Dimulai! Diskon s.d. 25% untuk berbagai produk cetak dari 23 Juni – 19 Sept 2025 Promo Khusus member Klik Card Print A3 Disc 25% mulai Rp1.600/lbr Sticker + Cutting Disc 20% mulai Rp6.600/lbr Brosur Disc 20% mulai Rp268.000/rim Promo lainnya berlaku untuk semua customer! Roll Up Banner Rp193.500 X Banner Rp61.500 Banner 280 mulai Rp15.540 Cetak Kain mulai Rp19.550 Yuk, manfaatkan momen cetak besar-besaran ini! Cek lokasi cabang & info lengkap: www.primagraphia.co.id #PrimaGraphia #MitraCetakKekinian #ParadeCetak #PromoCetak #KlikCard #DiskonCetak #CetakMurah #DigitalPrinting

Gambar 3.2.4 Content Planning TikTok di Bulan April - Juni

Sumber : Data Olahah

Setelah menyusun *content planning*, penulis kemudian mengembangkan ide konten yang telah disetujui oleh *Supervisor Digital Marketing*. Ide tersebut kemudian dieksekusi dalam bentuk konten visual. Setelah proses pembuatan selesai, konten pun akan diunggah melalui media sosial yang digunakan oleh PrimaGraphia, terutama TikTok dan Instagram, sebagai tempat promosi dan engagement dengan audiens. Berikut adalah konten-konten yang diunggah di akun TikTok PrimaGraphia.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Gambar 3.2.4 Konten TikTok Store Highlight Cabang "PrimaGraphia Jatinegara"

Gambar 3.2.5 Konten TikTok Tutorial "Order by Website PrimaGraphia"

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Gambar 3.2.6 Konten Instagram Ajakan Gabung "Membership Klik Card"

Content marketing memiliki peran yang penting dalam menjangkau serta membangun relasi dengan calon pelanggan. Melalui konten yang informatif dan menarik, PrimaGraphia dapat menyampaikan pesan pemasaran yang efektif serta mendorong minat audiens terhadap produk dan layanan percetakan yang ditawarkan.

PrimaGraphia memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan TikTok sebagai *platform* utama dalam menyampaikan informasi, mulai dari layanan cetak, keunggulan bahan, hasil produksi, promo yang sedang berlangsung hingga tips seputar dunia percetakan. Konten-konten tersebut disusun agar mudah dipahami dengan cara yang menarik, dan dapat relevan dengan kebutuhan pasar.

Penulis juga terlibat dalam proses pembuatan konten, perencanaan konten hingga pengunggahan konten di akun media sosial resmi PrimaGraphia. Stategi *content marketing* yang dijalankan bukan hanya bertujuan untuk membangun *brand awareness*, namun juga memberikan kontribusi langsung dalam mendukung keseluruhan aktivitas *digital marketing* di PrimaGraphia.

Berikut adalah proses-proses pembuatan konten yang dibuat oleh penulis sebelum dieksekusi menjadi konten visual :

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

● Kategori Konten

Sebelum melakukan pembuatan konten, penulis terlebih dahulu mengidentifikasi dan mengelompokkan jenis konten yang sesuai untuk masing-masing platform media sosial yang digunakan PrimaGraphia, khususnya Instagram dan TikTok. Pengelompokan ini mencakup konten informatif, promosi, edukatif, dan *behind-the-scenes* yang dapat menarik perhatian audiens yang beragam. Langkah ini bertujuan agar konten yang dibuat memiliki arah yang jelas serta mendukung strategi komunikasi digital perusahaan secara menyeluruh.

● Identifikasi Target Audiens

Langkah awal sebelum membuat konten adalah menganalisis target audiens. Berdasarkan pengamatan, mayoritas pengikut akun media sosial PrimaGraphia berasal dari kalangan pelaku usaha, perusahaan, reseller, hingga mahasiswa. Oleh karena itu, penulis menyesuaikan gaya penyampaian dan visual konten agar sesuai dengan kebutuhan dan ketertarikan masing-masing segmen audiens tersebut, baik dari sisi desain, pesan komunikasi, maupun format konten.

● Perencanaan dan Kerangka Konten (Content Planning)

Penulis menyusun *content planning* sebagai panduan utama dalam proses pembuatan konten. Rencana ini berfungsi sebagai kerangka kerja yang mencakup jenis konten, tujuan, platform distribusi, pesan utama, serta pendekatan visual yang akan digunakan. Penyusunan *content planning* dilakukan secara berkala agar seluruh aktivitas konten tetap terarah dan konsisten dengan strategi digital marketing yang ditetapkan perusahaan.

● Penyusunan Timeline Konten

Penulis juga membuat *timeline* konten yang berisi jadwal produksi, proses editing, dan tanggal publikasi untuk masing-masing materi. Hal ini sangat membantu dalam menjaga efisiensi kerja tim serta memastikan bahwa setiap konten dipublikasikan tepat waktu, sesuai dengan momen promosi atau kampanye yang sedang dijalankan.

● Tahap Pra-Produksi

Sebelum proses pengambilan gambar atau video dimulai, penulis menyusun *storyboard* sebagai panduan visual alur konten. *Storyboard* ini mencakup pengambilan gambar di area-area strategis seperti mesin cetak, ruang finishing, studio desain, serta hasil cetakan. Perencanaan juga mencakup penyesuaian waktu dan pencahayaan agar hasil akhir visual lebih optimal dan menarik.

● Tahap Produksi

Dalam proses produksi, penulis menggunakan peralatan penunjang seperti kamera dan *lighting* tambahan untuk mendukung kualitas pengambilan gambar. Pada tahap ini, penulis juga mengambil momen-momen alami seperti interaksi staf dengan pelanggan sebagai bentuk representasi layanan ramah yang menjadi keunggulan PrimaGraphia.

● Tahap Pasca-Produksi

Setelah proses pengambilan selesai, penulis memasuki tahap *editing*. Pada tahap ini, video dipoles dengan menambahkan musik latar, transisi, teks pendukung, serta elemen visual lain untuk meningkatkan daya tarik. Durasi video disesuaikan agar tetap singkat dan tidak membosankan bagi audiens. Di akhir video, penulis menyisipkan *call to action* baik secara eksplisit maupun implisit sebagai ajakan untuk menggunakan layanan atau mengunjungi website resmi PrimaGraphia.

2. *Copywriting*

Kegiatan menulis teks promosi atau ajakan disebut dengan *copywriting*, dengan bertujuan menarik perhatian orang agar tertarik dengan produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan. Teks ini biasanya dapat ditemukan di iklan, media sosial, *website*, brosur, email dan berbagai alat marketing lainnya.

Tujuan dari *copywriting* dalam pemasaran digital adalah untuk mendorong audiens melaksanakan tindakan tertentu, seperti melihat katalog, memesan jasa cetak atau hanya sekedar tertarik dengan konten yang telah dibuat. Dalam hal ini, penulis berperan sebagai copywriter yang membuat caption untuk konten media sosial Instagram maupun TikTok

PrimaGraphia.

Caption yang dibuat harus secara menarik, informatif, dan bisa menyampaikan secara jelas keunggulan layanan cetak di PrimaGraphia, mulai dari hasil cetak, bahan, hingga promo yang sedang berlangsung. Berikut adalah beberapa contoh caption yang ditulis oleh penulis dan digunakan di akun Instagram PrimaGraphia :

"Pas banget! Print A3+ lagi diskon sampai 25% khusus pemegang Klik Card!

Cetak menu makanan, poster, sampai materi branding? ✨ Semua bisa dicetak lebih hemat dan tetap berkualitas!
Buruan gabung jadi member Klik Card dan cetak di PrimaGraphia sekarang!
www.primagraphia.co.id/our-store "

" Order lewat website primagraphia.co.id? Semudah itu kok!
, Tinggal pilih produk, upload desain, checkout, dan tunggu hasil cetaknya sampai ke tempatmu!

✨ Plus, ada promo spesial buat kamu:
Gunakan kode: PGFREEONGKIR10

SPotongan Rp10.000 untuk transaksi minimal Rp250.000
FREE ONGKIR? Bisa banget!
Yuk, cetak sekarang tanpa ribet ➡ www.primagraphia.co.id"

Gambar 3.2.7 Caption Konten Video Instagram PrimaGraphia

3. *Digital Marketing Activity*

Aktivitas digital marketing di PrimaGraphia tidak hanya terbatas pada pembuatan konten informatif dan edukatif seperti yang dijelaskan dalam strategi *content marketing*, tetapi juga mencakup produksi konten promosi yang berbasis kampanye aktual dan penawaran langsung yang sedang berlangsung di perusahaan. Berbeda dengan *content marketing* yang bertujuan membangun relasi jangka panjang dan loyalitas pelanggan, aktivitas digital marketing dalam konteks ini lebih bersifat taktis dan transaksional, yang fokus pada mendorong audiens untuk melakukan aksi segera, seperti melakukan pemesanan atau mengikuti promo tertentu.

Konten-konten promosi yang dihasilkan biasanya menyesuaikan dengan agenda marketing yang telah dirancang oleh tim, seperti diskon produk A3, promo Membership Klik Card, atau penawaran cetak terbatas. Konten ini diproduksi dengan pendekatan visual yang menarik serta copywriting yang persuasif, dengan tujuan agar audiens terdorong untuk mengakses link katalog, menghubungi customer service, atau langsung melakukan pemesanan melalui situs resmi PrimaGraphia.

Kegiatan ini juga melibatkan proses adaptasi cepat terhadap situasi promosi yang berlangsung. Sebagai contoh, bila terjadi perubahan dalam promo, maka tim digital marketing harus segera menyesuaikan materi visual dan caption untuk menjaga akurasi informasi. Di sinilah peran intern seperti penulis berkontribusi dalam mempercepat proses produksi konten, menyesuaikan desain, dan membantu menjadwalkan publikasi melalui tools manajemen media sosial.

Berbeda dari konten edukatif yang bersifat evergreen dan dapat digunakan dalam jangka waktu panjang, konten promosi bersifat dinamis dan memiliki tenggat waktu yang ketat. Oleh karena itu, aktivitas ini menuntut ketelitian, kecepatan eksekusi, serta koordinasi dengan berbagai tim terkait seperti tim desain dan CS. Aktivitas ini merupakan bentuk konkret dari implementasi taktik pemasaran digital secara real-time yang langsung berdampak pada performa penjualan.

Melalui aktivitas digital marketing ini, PrimaGraphia menunjukkan bagaimana integrasi antara promosi jangka pendek (promo dan diskon) dan strategi jangka panjang (*content marketing*) dapat saling melengkapi dalam menjangkau

dan mempertahankan pelanggan. Kedua pendekatan ini merupakan fondasi dalam strategi pemasaran digital yang berkelanjutan dan adaptif terhadap perkembangan pasar. Berikut merupakan beberapa contoh promo yang sedang berlangsung di PrimaGraphia.

Gambar 3.2.8 Contoh Promo di PrimaGraphia

3.3 Kendala yang Ditemukan

Saat proses magang, penulis hanya diberikan tugas yang harus diselesaikan tanpa tahu tujuan dari tugas tersebut. Saat didalam proses ini penulis hanya diberi tugas secara teknis seperti membuat konten tanpa pengetahuan atau pemahaman lebih soal strategi pemasaran yang diinginkan. Dalam industri percetakan promosi atau harga dapat berubah sewaktu-waktu. Hal tersebutlah yang membuat penulis harus beradaptasi dan sering revisi dengan konten yang telah dibuat. Sehingga penulis mengalami beberapa kesulitan dalam pembuatan konten dan tidak mengetahui apa saja yang harus diubah atau diperbaiki.

3.4 Solusi dan Kendala yang Ditemukan

Untuk mengatasi kendala tersebut, solusi yang paling penting ialah pertama, berkomunikasi dengan supervisor digital marketing untuk meminta penjelasan lebih lanjut untuk secara standar konten yang diinginkan. Solusi kedua adalah harus memahami strategi pemasaran digital seperti apa yang harus digunakan dan mencari referensi yang sesuai dengan produk yang ingin dipromosikan. Solusi ketiga adalah penulis harus beradaptasi dengan setiap perubahan promosi yang dilakukan dan menjalankan komunikasi yang baik dengan tim *digital marketing* lainnya. Solusi keempat adalah jika diberikan tugas dan hasilnya tidak sesuai diinginkan maka

penulis harus bertanya secara spesifik untuk meminta ide atau referensi agar dapat menghasilkan konten yang sesuai dengan standar yang diinginkan oleh perusahaan. Dengan hal ini penulis dapat belajar dari pengalaman magang dan akan memberikan kontribusi yang lebih lagi kepada tim *digital marketing* di PrimaGraphia.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

BAB IV

SIMPULAN DAN SARAN

4.1 Simpulan

Setelah melaksanakan kegiatan magang selama seratus hari di PT PrimaGraphia Digital sebagai *Digital Marketing Intern*, penulis menyimpulkan bahwa program ini telah memberikan pemahaman menyeluruh mengenai alur dan proses kerja di bidang digital marketing, khususnya dalam industri percetakan. Penulis berhasil menerapkan ilmu akademik yang diperoleh selama perkuliahan, terutama yang berkaitan dengan komunikasi digital dan strategi promosi, seperti *digital graphic communication* dan *sales promotion communication*. Hal ini tercermin melalui kegiatan pembuatan konten, penulisan naskah promosi, serta penggunaan bahasa persuasif dalam menarik perhatian audiens. Selain itu, penulis juga mengembangkan keterampilan *hard skill* dalam merancang konten visual dan *soft skill* seperti kemampuan komunikasi, kerja sama tim, serta manajemen waktu yang efektif. Keseluruhan pengalaman ini memberikan kontribusi besar dalam mempersiapkan penulis menghadapi dunia kerja di bidang pemasaran digital secara profesional.

4.2 Saran

4.2.1 Saran untuk Perusahaan

Penulis menyarankan agar PT PrimaGraphia Digital dapat memberikan penjelasan atau *briefing* yang lebih komprehensif kepada mahasiswa magang mengenai tujuan strategis dari setiap tugas atau konten yang dikerjakan. Hal ini bertujuan agar mahasiswa tidak hanya memahami aspek teknis seperti pembuatan konten, tetapi juga mampu memahami konteks pemasaran, segmentasi audiens, dan pesan komunikasi yang ingin disampaikan perusahaan. Selain itu, perusahaan diharapkan dapat memberikan ruang eksplorasi ide yang lebih luas kepada tim magang, agar mereka bisa mengembangkan konten yang tidak hanya bersifat *hard selling*, tetapi juga konten kreatif dan informatif yang mendukung *brand awareness*.

4.2.2 Saran untuk Universitas

Diharapkan Universitas Multimedia Nusantara dapat memperluas kerja