

**PERAN INTERN COPYWRITER DI
OLRANGE DIGITAL ADVERTISING AGENCY**



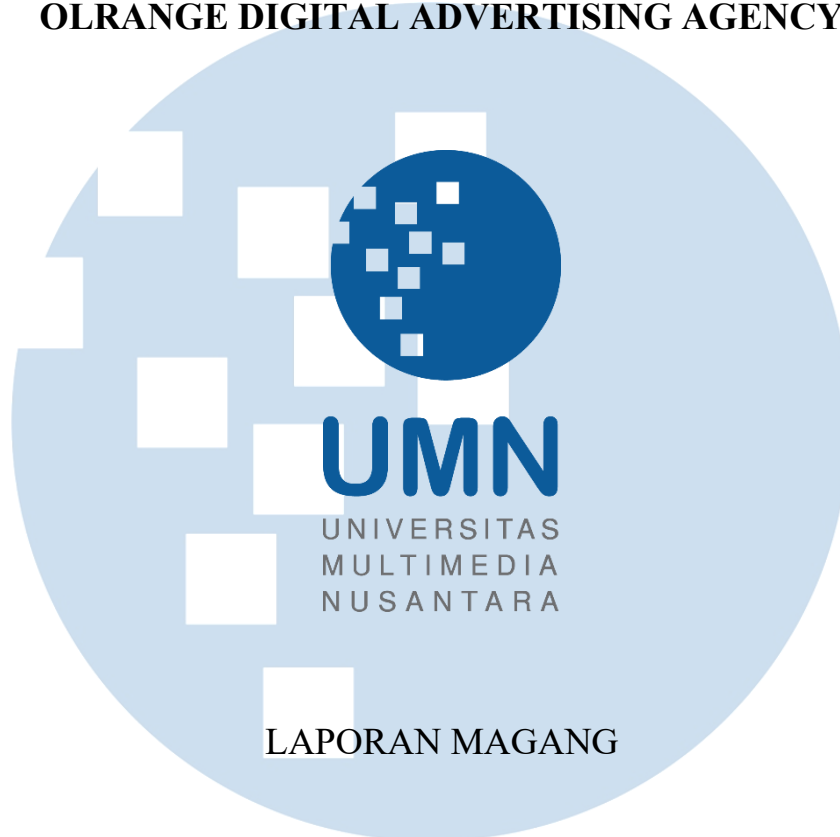
LAPORAN MAGANG

SCHOLASTIKA SANTA ADITYA HAPSARI

00000068312

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

**PERAN INTERN COPYWRITER DI
OLRANGE DIGITAL ADVERTISING AGENCY**



LAPORAN MAGANG

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

SCHOLASTIKA SANTA ADITYA HAPSARI

00000068312

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Scholastika Santa Aditya Hapsari

Nomor Induk Mahasiswa : 00000068312

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : Strata 1 (S-1)

Laporan Magang dengan judul:

PERAN INTERN COPYWRITER DI OLRANGE DIGITAL ADVERTISING AGENCY

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 Mata Kuliah Magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 19 Juli 2025



Scholastika Santa Aditya Hapsari

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**AKTIVITAS INTERN COPYWRITER DI
OLRANGE DIGITAL ADVERTISING AGENCY**

Oleh

Nama : Scholastika Santa Aditya Hapsari

NIM : 00000068312

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari 19 Juli 2025,
Pukul 13.00 s.d 14.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Inco Hary Perdana
NIDN 0308117706

Maria Advenita Gita Elmada
NIDN 0309129202

Pembimbing

Inco Hary Perdana
NIDN 0308117706

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Scholastika Santa Aditya Hapsari

NIM : 00000068312

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya Ilmiah : Laporan Magang

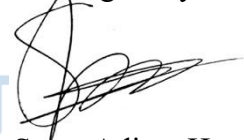
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PERAN INTERN COPYWRITER DI OLRANGE DIGITAL ADVERTISING AGENCY

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 tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 1 Juli 2025

Yang menyatakan,



Scholastika Santa Aditya Hapsari

U N I V E R S I T
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 penulisan laporan magang ini dengan judul:

“PERAN INTERN COPYWRITER DI OLRANGE DIGITAL ADVERTISING AGENCY” 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 bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan magang ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. 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 Inco Hary Perdana sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Bapak/Ibu Dosen selaku Ketua Sidang dan Bapak/Ibu Dosen selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Pratiwi Dwi Jayani Purba, Jessica Paramartha, dan Bagus Patria Adiputra selaku senior saya di tempat magang yang telah membimbing dan mendampingi saya selama proses magang.
8. Michael Pradipta Nawa Aji selaku sepupu saya yang selalu membantu dan memberikan saya saran untuk masa depan.

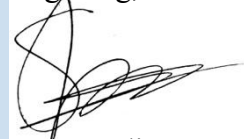
9. Sherlyn Soon, Bennedict Tay, dan Gabriella Josellyn selaku teman-teman seperjuangan saya di tempat magang dan seperjuangan dalam kemenangan lomba IBC dari Commfest UMN 2024.

10. Oreo selaku peliharaan saya yang selalu menghibur saya dalam keterpurukan.

11. Blackpink, Treasure, dan Babymonster selaku orang-orang saya yang selalu memotivasi saya untuk terus bekerja keras apapun tantangannya.

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

Tangerang, 1 Juli 2025



Scholastika Santa Aditya Hapsari



PERAN INTERN COPYWRITER DI OLRANGE DIGITAL ADVERTISING AGENCY

Scholastika Santa Aditya Hapsari

ABSTRAK

Pemilihan tempat proses kerja magang ini didasari oleh pertumbuhan industri periklanan digital berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir. Pertumbuhan industri periklanan digital menciptakan kebutuhan strategi komunikasi yang lebih efektif dan relevan, terutama dalam praktik penyampaian pesan melalui *copywriting*. Tujuan dari kerja magang ini adalah untuk mengimplementasikan konsep-konsep yang didapatkan selama masa kuliah, sesuai dengan kebutuhan praktik *copywriting* dalam lingkungan kerja perusahaan tempat magang. Perusahaan yang menjadi tempat kerja magang adalah Orlange *Digital Advertising Agency* yang merupakan salah satu agensi periklanan digital lokal terkemuka di bawah naungan ALVA *Digital Network*. Posisi yang diambil selama periode kerja magang adalah sebagai *copywriter* dalam Departemen Kreatif dan pekerjaan utamanya meliputi *brainstorming*, *copywriting*, *content writing*, dan *content production*. Dari proses tersebut, ditemukan bahwa terdapat kesenjangan antara pembelajaran di bangku kuliah dengan standar praktik di dunia industri. Laporan ini menekankan pentingnya peran *copywriter* sebagai penghubung antara merek dan audiens melalui komunikasi yang strategis dan menarik di era digital.

Kata kunci: Agensi Kreatif, Agensi Periklanan, *Copywriter*, *Copywriting*, Periklanan Digital

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

THE ROLE OF A COPYWRITER INTERN AT OLRANGE DIGITAL ADVERTISING AGENCY

Scholastika Santa Aditya Hapsari

ABSTRACT

The selection of the internship placement was based on the rapid growth of the digital advertising industry in recent years. This growth has led to the increasing need for more effective and relevant communication strategies, particularly in delivering messages through copywriting. The main objective of this internship was to implement the concepts learned during university studies in accordance with the practical demands of copywriting within a professional work environment. The internship took place at Orlange Digital Advertising Agency, one of Indonesia's leading local digital advertising agencies under the ALVA Digital Network. The intern held the position of copywriter within the Creative Department, with key responsibilities including brainstorming, copywriting, content writing, and content production. Through this experience, it was found that there is a gap between academic learning and the practical standards of the industry. This report highlights the crucial role of copywriters as a bridge between brands and audiences through strategic and engaging communication in the digital era.

Keywords: Advertising Agency, Copywriter, Copywriting, Creative Agency, Digital Advertising

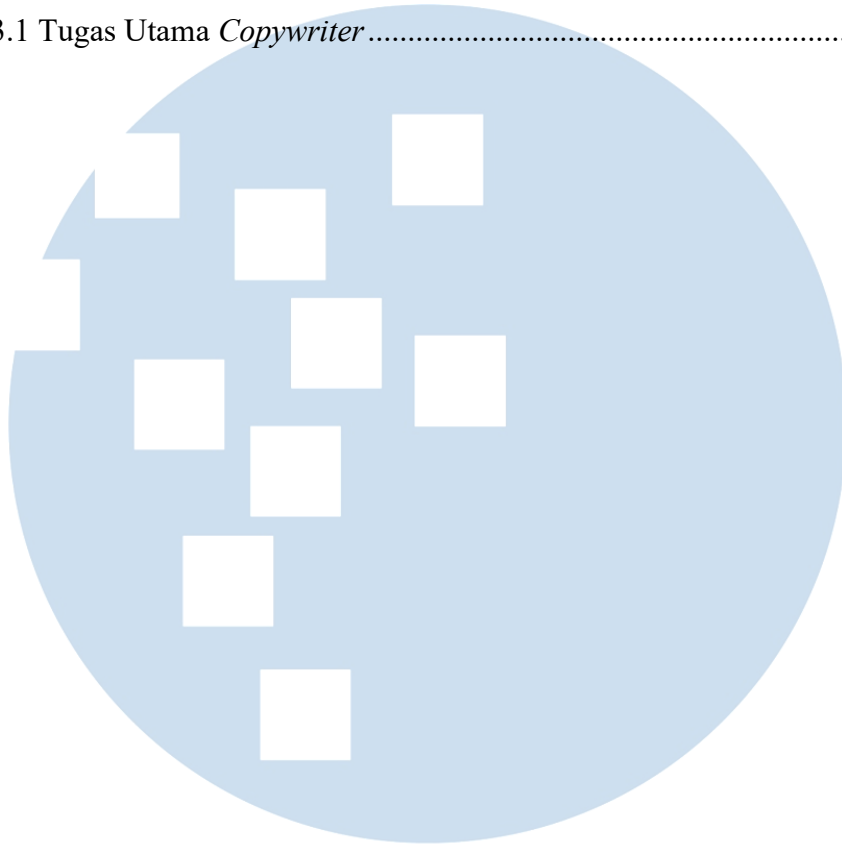


DAFTAR ISI

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 TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang	7
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	8
BAB II GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI	11
2.1 Tentang Orlange Digital Advertising Agency	11
2.2 Visi Misi Orlange <i>Digital Advertising Agency</i>	12
2.3 Struktur Perusahaan Orlange <i>Digital Advertising Agency</i>	13
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	17
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang	17
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang	17
3.3 Kendala Utama	35
3.4 Solusi	36
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	38
4.1 Simpulan	38
4.2 Saran	39
DAFTAR PUSTAKA	41
LAMPIRAN	43

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas Utama <i>Copywriter</i>	18
---	----



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Overview</i> Penggunaan Internet dan Media Sosial di Indonesia Tahun 2025.....	2
Gambar 1.2 Pertumbuhan Pengeluaran Biaya Iklan Digital Secara Global Tahun 2025.....	3
Gambar 2.1 Logo Olrange <i>Digital Advertising Agency</i> (2025)	11
Gambar 2.2 Struktur Perusahaan dari Olrange <i>Digital Advertising Agency</i> (2025)	13
Gambar 2.3 Struktur Departemen Kreatif Olrange <i>Digital Advertising Agency</i> (2025).....	14
Gambar 2.4 Struktur <i>Copywriter</i> Tim Putera di Olrange <i>Digital Advertising Agency</i> (2025).....	16
Gambar 3.1 Alur Pengerjaan Tugas <i>Brainstorming</i>	19
Gambar 3.2 <i>Timeline</i> Tugas <i>Brainstorming</i>	22
Gambar 3.3 Alur Pengerjaan Tugas <i>Copywriting</i>	23
Gambar 3.4 <i>Copy Content</i> DENZA D9	25
Gambar 3.5 <i>Caption</i> Konten Instagram FILMA.....	26
Gambar 3.6 <i>Caption</i> Konten Instagram FILMA.....	27
Gambar 3.7 <i>Timeline</i> Tugas <i>Copywriting</i>	28
Gambar 3.8 Alur Pengerjaan Tugas <i>Content Writing</i>	29
Gambar 3.9 Naskah Konten <i>Tiktok</i> FILMA.....	30
Gambar 3.10 Kalimat CTA Artikel FILMA	31
Gambar 3.11 <i>Timeline</i> Tugas <i>Content Writing</i>	32
Gambar 3.12 Alur Pengerjaan Tugas <i>Content Production</i>	33
Gambar 3.13 <i>Timeline</i> Tugas <i>Content Production</i>	35

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

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Pengantar MBKM (MBKM 01)	43
Lampiran B Kartu MBKM (MBKM 02)	44
Lampiran C <i>Daily Task</i> (MBKM 03)	45
Lampiran D Lembar Verifikasi Laporan (MBKM 04)	46
Lampiran E Surat Penerimaan Magang	47
Lampiran F Formulir Konsultasi Magang	48
Lampiran G Uji Plagiarisme (Turnitin)	49

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA