

**AKTIVITAS DIGITAL STRATEGIST PADA PT JINGGA
KREASI MULTIGUNA (OLRANGE)**



LAPORAN MAGANG

Timothy Michael Putra Sumendap

00000068293

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

2026

**AKTIVITAS DIGITAL STRATEGIST PADA PT JINGGA
KREASI MULTIGUNA (OLRANGE)**



LAPORAN MAGANG

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

Timothy Michael Putra Sumendap

00000068293

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2026

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Timothy Michael Putra Sumendap

Nomor Induk Mahasiswa : 00000068293

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : Strata 1 (S-1)

Laporan Magang dengan judul:

AKTIVITAS DIGITAL STRATEGIST PADA PT JINGGA KREASI MULTIGUNA (OLRANGE)

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, 13 Januari 2026



Digital Materai Rn 10.000,00



(Timothy Michael Putra Sumendap)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul

AKTIVITAS DIGITAL STRATEGIST PADA PT JINGGA KREASI MULTIGUNA (OLRANGE)

Oleh

Nama : Timothy Michael Putra Sumendap

NIM : 00000068293

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 13 Januari 2026

Pukul 13.00 s.d 14.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji



Hanif Suranto, S.Sos., M.Si.

NIDN 0306027102



Tarrence Karmelia Kontessa,
S.Sos., M.Si.

NIDN 0302077104

Pembimbing



Hanif Suranto, S.Sos., M.Si.

NIDN 0306027102

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi

Digitally signed by
Cendera Rizky
Anugrah Bangun
Date: 2026.01.20
10:15:07 +07'00'



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 : Timothy Michael Putra Sumendap

NIM : 00000068293

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 PT KREASI JINGGA MULTIGUNA (OLRANGE) 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, 20 Januari 2026

Yang menyatakan,



(Timothy Michael Putra Sumendap)

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 penulisan laporan magang ini dengan judul:

“AKTIVITAS DIGITAL STRATEGIST PADA PT JINGGA KREASI MULTIGUNA (OLRANGE)”

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 laporan ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

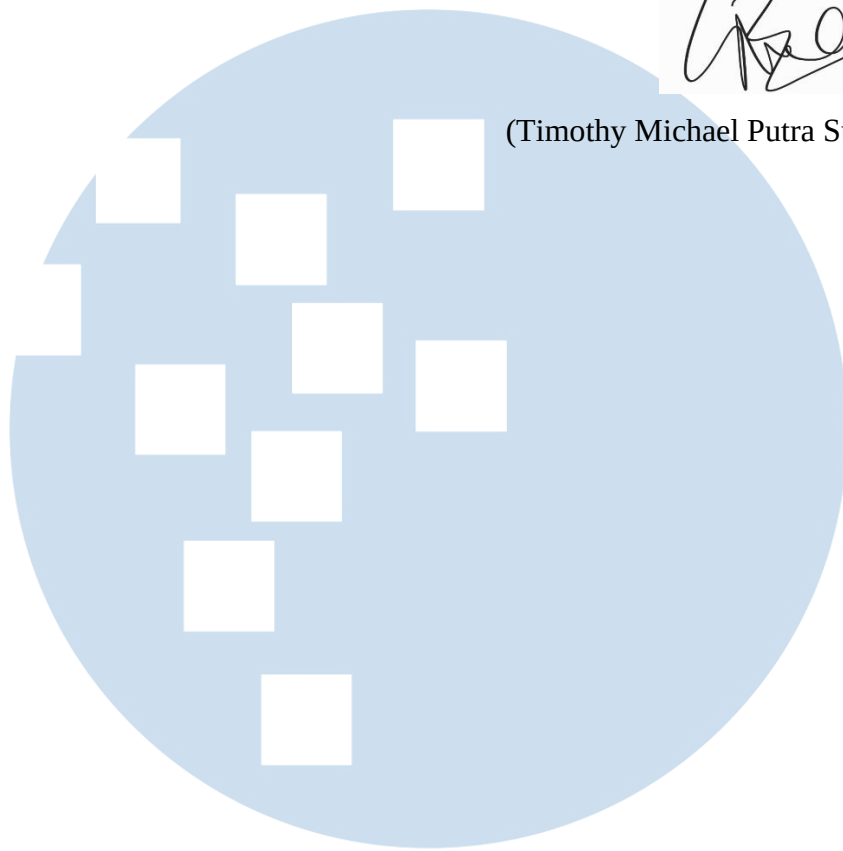
1. Bapak Dr. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Hanif Suranto S.Sos., M.Si 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. Semua anggota tim departemen strategi yang turut menyemangati dan membantu jalannya proses magang selama enam ratus empat puluh jam.

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

Tangerang, 18 Desember 2025



(Timothy Michael Putra Sumendap)



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

AKTIVITAS DIGITAL STRATEGIST PADA PT JINGGA KREASI MULTIGUNA (OLRANGE)

Timothy Michael Putra Sumendap

ABSTRAK

Perkembangan akan industri periklanan secara digital beberapa tahun kebelakang mendorong merek-merek produk atau jasa untuk beradaptasi dengan strategi komunikasi yang efektif, namun strategi tersebut harus berbasis data dan memiliki kaitan dengan masyarakat. Tujuan dari kerja magang ini adalah untuk memahami dan mengimplementasi pekerjaan divisi strategi dalam mengembangkan strategi komunikasi yang efektif untuk para klien. Perusahaan tempat kerja peserta magang adalah PT Kreasi Jingga Multiguna (Orange), yang merupakan perusahaan industri periklanan digital yang beroperasi dalam naungan Alva Digital Network. Posisi yang dijalankan peserta magang adalah *Digital Strategist* dalam departemen strategi. Aktivitas kerja sebagai digital strategist meliputi riset dan analisis untuk mencari *insight* dan *strategic planning* untuk pembuatan strategi komunikasi efektif dalam bentuk *content brief* dan *pitch deck*. Kendala utama yang dialami peserta magang adalah perbedaan pemahaman kampus dengan industri pekerjaan profesional dan perlunya adaptasi yang cepat dalam alur kerja sebuah agensi periklanan digital. Setelah menjalani proses magang dapat disimpulkan bahwa seorang digital strategist membutuhkan riset yang detil dan teliti, adaptasi yang cepat, dan pemahaman akan kebutuhan masyarakat dan tren-tren yang ada guna membuat strategi komunikasi yang efektif.

Kata kunci: *digital strategist, insight, strategic planning*



DIGITAL STRATEGIST ACTIVITIES AT PT JINGGA KREASI MULTIGUNA (OLRANGE)

Timothy Michael Putra Sumendap

ABSTRACT

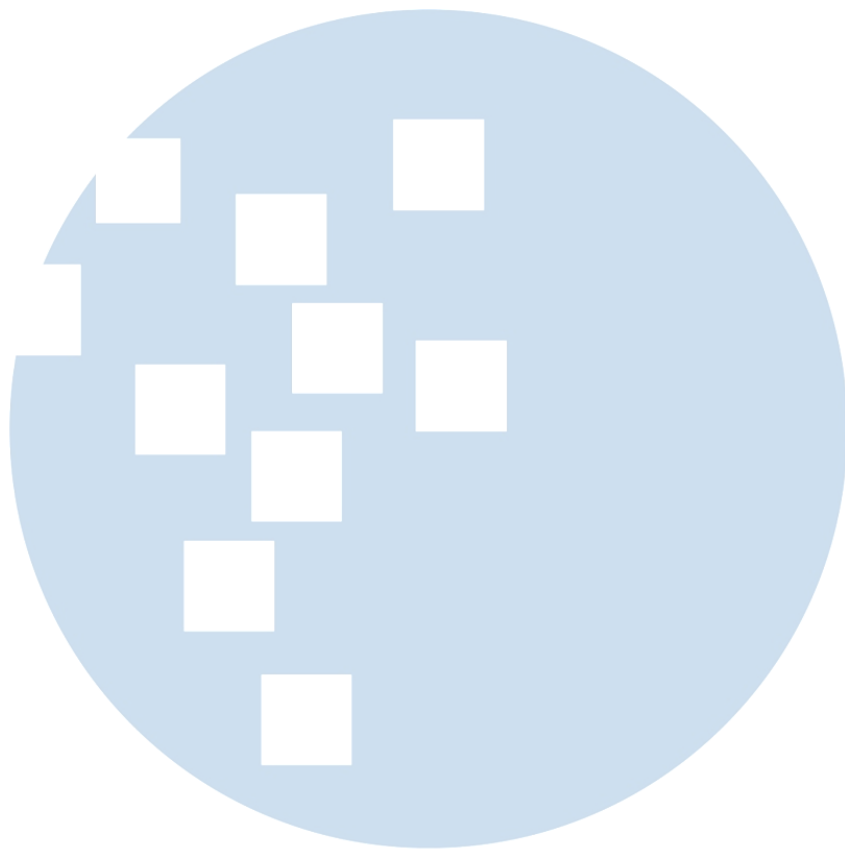
The development of the digital advertising industry in recent years has encouraged product and service brands to adapt effective communication strategies. However, these strategies must be data-driven and relevant to the public. The purpose of this internship is to understand and implement the strategy division's work in developing effective communication strategies for clients. The company where the intern works is PT Kreasi Jingga Multiguna (Olrangle), a digital advertising company operating under the Alva Digital Network. The intern's position is Digital Strategist in the strategy department. Work activities as a digital strategist include research and analysis to gain insights and strategic planning for creating effective communication strategies in the form of content briefs and pitch decks. The main obstacles experienced by the intern were the difference in understanding campus and professional work industry and the need to quickly adapt to the workflow of a digital advertising agency. After completing the internship, it can be concluded that a digital strategist requires detailed and thorough research, rapid adaptation, and an understanding of community needs and existing trends to create an effective communication strategy.

Keywords: digital strategist, insight, strategic planning

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang	6
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	6
BAB II GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI	9
2.1 Tentang Orlange Digital	9
2.2 Visi Misi Orlange Digital	11
2.3 Struktur Organisasi Orlange Digital	11
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	15
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang	15
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang	15
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	31
4.1 Simpulan	31
4.2 Saran	31
DAFTAR PUSTAKA	33
References	33
LAMPIRAN	35

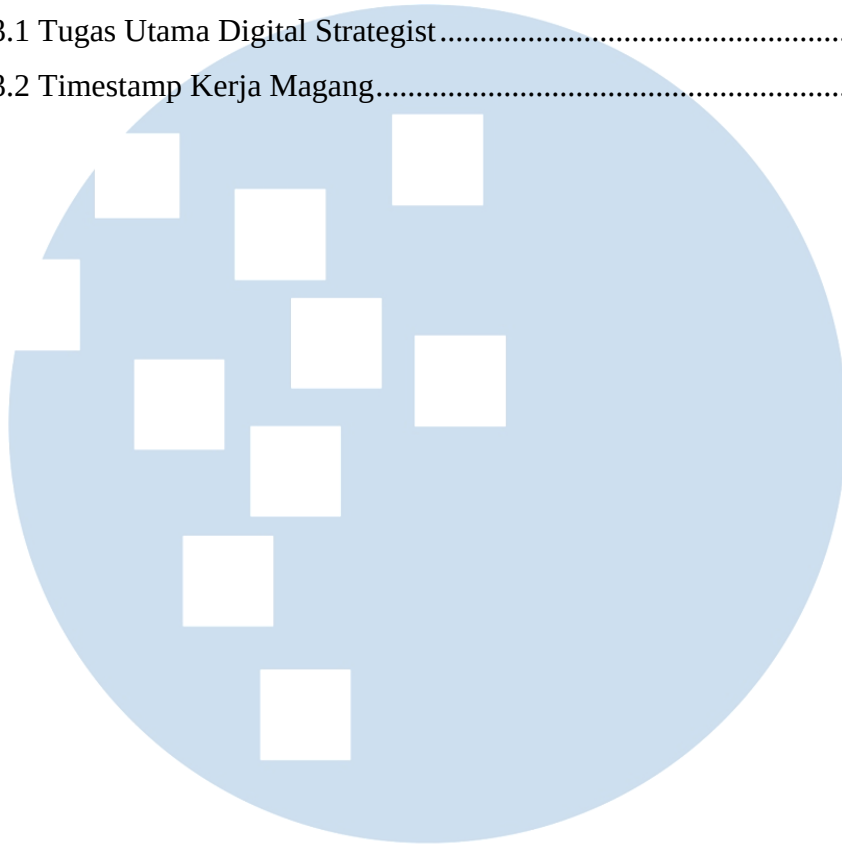


UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas Utama Digital Strategist.....	17
Tabel 3.2 Timestamp Kerja Magang.....	17



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Perusahaan Future Creative Network (FCN Agency)	9
Gambar 2.2 Logo Perusahaan PT Jingga Kreasi Multiguna (Olrangle)	10
Gambar 2.3 Struktur Perusahaan PT Kreasi Jingga Multiguna	11
Gambar 2.4 Struktur Departemen Strategi.....	13
Gambar 3.1 Analisis Kompetitor Hyundai.....	20
Gambar 3.2 Insight Gathering Telkom Ent. Industri Ritel.....	22
Gambar 3.3 Insight Gathering Telkom Ent. Industri Manufaktur	23
Gambar 3.4 Insight Gathering Telkom Ent. Industri Logistik	23
Gambar 3.5 Content Brief blu by BCA Digital.....	25
Gambar 3.6 Pitching Brief Toyota	27
Gambar 3.7 Hal-hal Trending Seputar Produk Toyota	28
Gambar 3.8 Cultural Insight Toyota	29



DAFTAR LAMPIRAN

Acceptance Letter.....	35
Form Pro-Step 01	36
Form Pro-Step 02	37
Form Pro-Step 03	38
Form Pro-Step 04	39
Form Bimbingan Magang	40
Hasil Cek Turnitin.....	42
SoKlin Insights.....	43
blu by BCA Digital Insights.....	43
Pantene Insights	44
Hyundai Competitor Analysis.....	44
Telkomsel Enterprise Insights.....	44
Social Media Tactic X.....	45
Social Media Tactic LinkedIn.....	45
Social Media Tactic YouTube	45
Content Brief blu Oktober.....	46
Content Brief blu November	46
Content Brief Telkomsel Enterprise.....	46
Content Brief Nuvo Desember.....	47
Content Brief Nuvo Januari 2026	47
Pitch Deck Toyota.....	48

U M N
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