

**LAPORAN AKHIR
PESERTA MAGANG MSIB**

KEGIATAN *DIGITAL MARKETING* DI KIDZANIA SURABAYA



NAMA	: ELVITA OCTAVIA BR SURBAKTI
NPM	22043010187
KOMPETENSI	: DIGITAL MARKETING
PERUSAHAAN	: PT ARYAN PP PROPERTI

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSTAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

JUDUL PRAKTEK MAGANG : KEGIATAN *DIGITAL MARKETING* DI KIDZANIA SURABAYA

Nama Mahasiswa : Elvita Octavia Br Surbakti

NPM : 22043010187

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Telah disetujui untuk mengikuti ujian/seminar praktek magang

DOSEN PEMBIMBING



Herlina Suksmawati, Dra., M.Si.

NIP.196412251993092001

Mengetahui,

KOORDINATOR PROGRAM STUDI



Dr. Syafrida N. Febriyanti, M.Med.Kom.

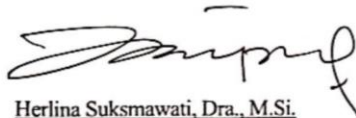
NIP. 198302232021212008

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL PRAKTEK MAGANG : KEGIATAN *DIGITAL MARKETING* DI KIDZANIA SURABAYA
Nama Mahasiswa : Elvita Octavia Br Surbakti
NPM : 22043010187
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

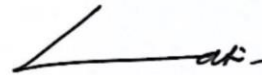
Telah mengikuti ujian/seminar praktek magang pada tanggal 7 Januari 2025

DOSEN PEMBIMBING



Herlina Suksmawati, Dra., M.Si.
NIP. 196412251993092001

DOSEN PENGUJI 1



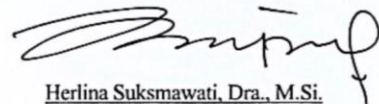
Catur Suratnoaji, Dr. MSI.
NIP. 196804182021211006

DOSEN PENGUJI 2



Yuli Candrasari, Dr., S.Sos. M.Si
NIP. 197107302021212003

DOSEN PENGUJI 3



Herlina Suksmawati, Dra., M.Si.
NIP. 196412251993092001

Mengetahui,
KOORPRODI ILMU KOMUNIKASI



Dr. Syafrida N. Febriyanti, M.Med.Kom.

NIP. 198302232021212008

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan laporan yang berjudul "KEGIATAN *DIGITAL MARKETING* DI KIDZANIA SURABAYA". Laporan ini disusun sebagai salah satu bagian dari program magang MSIB yang diikuti selama periode 4 bulan. Dalam laporan ini, penulis akan menjabarkan keseluruhan kegiatan penulis selama periode magang di KidZania Surabaya. Selama mengikuti program magang, penulis tergabung ke dalam divisi *Marketing communication* dengan tugas-tugas yang berfokus pada kegiatan *digital marketing*. Penulisan laporan ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar - besarnya kepada :

1. Ibu Liana Natalia Rajaguk Guk, Bapak Bandarta Surbakti, selaku orang tua penulis, yang senantiasa memberikan doa, serta dukungan materi tak henti-hentinya kepada penulis dalam melaksanakan magang pada MSIB Batch 7.
2. Ibu Ade Kusuma, S.Sos., M.Med. Kom., selaku Penanggung Jawab MSIB Prodi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur, yang telah membantu penulis selama proses registrasi dan pendaftaran MSIB Batch 7 serta memberikan bimbingan dan arahan dalam pelaksanaan dan penulisan laporan magang.
3. Ibu Herlina Suksmawati, Dra., M.Si., selaku Dosen Pembimbing penulis yang telah membimbing penulis mulai dari persiapan awal hingga pelaksanaan dan pelaporan.
4. Ibu Ustika Rizki Aprianti, selaku mentor *Digital marketing* dan Kak Dewi

sebagai asisten mentor, yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta dukungan sehari-hari kepada penulis selama periode magang.

5. Maria, Futari, Gracia, Grace, Angel, Ribka, Delvira, sebagai partner yang bersedia menjadi teman yang baik, bekerja sama, dan membuat kenangan indah bersama penulis selama periode magang hingga saat ini.
6. Michael Yehuda A.K, selaku partner setia penulis, yang secara tulus memberikan dukungan emosional, fisik, dan materi, serta menemani hari-hari penulis selama berlangsungnya periode magang dan penulisan laporan sehingga penulis dapat melaksanakan kegiatan magang dengan kondisi yang baik dan stabil.

Penulis berharap bahwa laporan ini dapat menjadi referensi yang berguna bagi pembaca yang memiliki ketertarikan dalam bidang *digital marketing*. Penulis menyadari bahwa laporan ini masih memiliki kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan adanya saran dan masukan dari para pembaca, sehingga penulis dapat meningkatkan kualitas laporan magang ini agar dapat bermanfaat bagi banyak pihak.

Surabaya, 03 Januari 2025



Elvita Octavia Br Surbakti

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan	4
1.3 Manfaat	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 <i>Digital marketing communication</i>	7
2.2 Social Media.....	12
2.3 Social Media Spesialist.....	17
2.4 Produksi Konten Digital.....	20
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	27
3.1 Tentang KidZania Global	27
3.2 Visi dan Misi KidZania Global	28
3.3 Profil KidZania Surabaya	28
3.4 Visi dan Misi KidZania Surabaya	30
3.5 Struktur Organisasi KidZania Surabaya	31
3.6 Jobdesk Magang.....	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Hasil	35
4.1.1 <i>Digital marketing</i> KidZania Surabaya	39
4.2 Pembahasan Hasil Kegiatan Magang	69
4.2.1 <i>Digital marketing</i> KidZania Surabaya	69
BAB V KESIMPULAN	84
5.1 Kesimpulan.....	84
5.2 Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	86

LAMPIRAN.....	92
----------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Daftar Kegiatan dan Keterlibatan Penulis Selama Periode Magang.....36

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo KidZania Global.....	27
Gambar 3.2 Logo PT Aryan PP Properti.....	28
Gambar 3.3 Logo KidZania Surabaya.....	29
Gambar 3.4 Struktur Organisasi KidZania Surabaya	31
Gambar 4.1 Peningkatan <i>Followers</i> Instagram @kidzaniasureabaya	41
Gambar 4.2 Peningkatan follower TikTok @kidzaniasureabaya.....	41
Gambar 4.3 Perkembangan Media Sosial Youtube @kidzaniasureabaya.....	42
Gambar 4.4 Perkembangan Google <i>Review</i>	42
Gambar 4.5 Konsep Konten Promo 75 K	45
Gambar 4.6 Hasil <i>Reels</i> Konten Promo 75 k.....	46
Gambar 4.7 <i>Insight</i> Konten Promo 75 K.....	47
Gambar 4.8 Komentar Pada Postingan Promo 75 K.....	47
Gambar 4.9 Konsep Konten TikTok Promo Afterschool.....	49
Gambar 4.10 Hasil Video TikTok Promo <i>After school</i>	50
Gambar 4.11 <i>Insight</i> Konten TikTok Promo <i>After school</i>	51
Gambar 4.12 Penulis Mengisi Form Permintaan Tim Desain.....	52
Gambar 4.13 Hasil Konten Feed <i>Merch</i> Exclusive KidZania Surabaya.....	53
Gambar 4.14 Hasil konten Long Youtube Fire Station.....	54
Gambar 4.15 Penulis Melakukan Pendataan KOL.....	56
Gambar 4.16 Data KOL	56
Gambar 4.17 Penulis Menghubungi KOL.....	57
Gambar 4.18 <i>Brief</i> Konten KOL	58
Gambar 4.19 Penulis Menyerahkan <i>Freepass</i> ke Tim Airport.....	59
Gambar 4.20 Proses Pendampingan KOL.....	60
Gambar 4.21 Hasil Konten kolaborasi @aycaa <i>Campaign</i> Promo 75 K di TikTok.....	60
Gambar 4.22 Hasil Konten Kolaborasi dengan @yasarunaa <i>Campaign anniversary</i> KidZania Surabaya di Instagram	61
Gambar 4.23 Invoice KOL @aycaa	62
Gambar 4.24 Penulis Membalas Komentar.....	63

Gambar 4.25 Membalas Komentar dengan Video	63
Gambar 4.26 <i>Caption</i> Postingan Traveloka	64
Gambar 4.27 <i>Script Establishment City map</i>	65
Gambar 4.28 <i>Script Voice over</i> Promo 75 K.....	65
Gambar 4.29 Contoh Jurnal KZ Surabaya	66
Gambar 4.30 Artikel untuk Jurnal KZ.....	66
Gambar 4.31 Hasil Survey Kenyamanan	67
Gambar 4.32 Penulis melakukan <i>Boosting</i> Postingan.....	68
Gambar 4.33 Artikel Jurnal KZ Tema <i>Sharing session</i> COC	80

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Konten Plan.....	92
Lampiran 2 Postingan edukasi gadged anak	92
Lampiran 3 Artikel KZ Tema “Anniversarry Ke-4 KidZania Surabaya”	93
Lampiran 4 Artikel KZ Tema “NAV Karaoke”	93
Lampiran 5 Artikel KZ Tema “ <i>Sharing session</i> COC”	94
Lampiran 6 Hasil <i>Boosting</i> “Video Edukasi Gadged”	94
Lampiran 7 Meeting SOW	95
Lampiran 8 Dekorasi Event Natal	95
Lampiran 9 MC Seminar Edukasi ACA Asuransi	96
Lampiran 10 Approach Media EBS Radio.....	96
Lampiran 11 Form Penilaian Mitra	97
Lampiran 12 Sertifikat Magang MSIB.....	98
Lampiran 13 Konversi matakuliah	98