

**LAPORAN PELAKSANAAN  
PROGRAM MAGANG MSIB BATCH 7**

**Strategi Digital Marketing untuk Meningkatkan Brand Awareness Produk Augment**



oleh :

Tri Utami

22052010097

Dosen Pembimbing

Aditya Rahman Yani, S.T., M.Med.Kom

NIP3K. 19810929 202121 1002

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL  
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**

**2024**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**LAPORAN PELAKSANAAN**  
**PROGRAM MAGANG MSIB BATCH 7 2024**  
**STRATEGI DIGITAL MARKETING UNTUK MENINGKATKAN**  
**BRAND AWARENESS PRODUK AUGMENT**

Semester V / Gasal 2024/2025

Disetujui oleh :

Pembimbing Lapangan

Dosen Pembimbing



Lukman Febrianto



Aditya Rahman Yani, S.T.,

M.Med.Kom

**NIP3K. 19810929 202121 1002**

Mengetahui,

Koordinator Prodi DKV



Wasnuna, S.T., M.Sn.

**NIP3K. 19840512 202121 2004**

## Abstraksi

Program Magang dan Studi Independen Bersertifikat (MSIB) merupakan salah satu program Kampus Merdeka yang berlangsung selama satu semester atau sekitar empat sampai enam bulan dan dikonversi menjadi 20 SKS. Program ini memberikan kesempatan kepada mahasiswa di seluruh Indonesia untuk merasakan pengalaman kerja dan pembelajaran di luar kampus. Penulis mengikuti program magang MSIB ini dengan melaksanakan magang di ADS Digital Partner, sebuah perusahaan IT yang fokus pada solusi digital, di mana penulis terlibat dalam pengembangan strategi pemasaran digital.

Laporan ini membahas strategi pemasaran digital yang dirancang oleh ADS Digital Partner untuk meningkatkan kesadaran merek produk Augment, yang mencakup rangkaian produk skincare dan parfum. Fokus laporan adalah menganalisis pendekatan pemasaran digital melalui media sosial, landing page, dan optimasi SEO, serta mengevaluasi dampaknya terhadap peningkatan kesadaran merek di kalangan target pasar. Penelitian menggunakan metode studi kasus strategi pemasaran ADS Digital Partner, analisis kompetitor, dan pengukuran kinerja konten digital.

Hasil dari implementasi strategi menunjukkan bahwa konten kreatif dengan desain visual yang menarik dan narasi copywriting yang relevan berhasil meningkatkan engagement di media sosial. Selain itu, optimasi landing page berbasis pengalaman pengguna (user experience) dan penerapan strategi SEO efektif dalam meningkatkan trafik organik ke website.

Kesimpulannya, strategi pemasaran digital berbasis analisis data dan inovasi kreatif yang diterapkan oleh ADS Digital Partner terbukti memberikan dampak signifikan terhadap kesadaran merek produk Augment. Penulis merekomendasikan pengembangan konten yang mengikuti tren pasar, pemanfaatan teknologi AI untuk personalisasi kampanye, dan peningkatan sinergi antarplatform untuk memperluas jangkauan promosi.

**Kata Kunci:** Program MSIB, Strategi Pemasaran Digital, Kesadaran Merek, ADS Digital Partner, Augment, Media Sosial, SEO, Landing Page

## **Kata Pengantar**

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga laporan yang berjudul “*Strategi Digital Marketing untuk Meningkatkan Brand Awareness Produk Augment di ADS Digital Partner*” ini dapat diselesaikan dengan baik.

Laporan ini disusun sebagai bentuk dokumentasi dan evaluasi atas implementasi strategi pemasaran digital yang dilakukan oleh ADS Digital Partner untuk mempromosikan produk Augment, yang mencakup lini perawatan kulit dan parfum. Dengan menyajikan analisis data dan temuan yang relevan, laporan ini diharapkan dapat menjadi referensi yang bermanfaat dalam pengembangan strategi pemasaran digital yang lebih efektif di masa mendatang.

Penyusunan laporan ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. ADS Digital Partner atas kesempatan dan bimbingan dalam pengembangan strategi pemasaran digital.
2. Rekan-rekan tim ADS Digital Partner, atas kolaborasi dan kontribusi dalam proses perencanaan dan implementasi.
3. Mentor dan pembimbing, atas Arah serta masukan yang sangat berharga selama penyusunan laporan ini.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan untuk penyempurnaan di masa mendatang. Akhir kata, semoga laporan ini dapat memberikan manfaat, tidak hanya bagi ADS Digital Partner tetapi juga bagi pembaca yang tertarik pada strategi pengembangan digital marketing.

## Daftar Isi

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>1</b>
<b>Abstraks.....</b>	<b>2</b>
<b>Kata Pengantar .....</b>	<b>3</b>
<b>Daftar Isi.....</b>	<b>4</b>
<b>Daftar Gambar .....</b>	<b>6</b>
<b>Daftar Tabel.....</b>	<b>9</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>10</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>10</b>
<b>I.1 Latar belakang .....</b>	<b>10</b>
<b>I.2 Lingkup.....</b>	<b>11</b>
<b>I.3 Tujuan.....</b>	<b>11</b>
<b>BAB II.....</b>	<b>12</b>
<b>ORGANISASI MITRA .....</b>	<b>12</b>
<b>II.1 Struktur Organisasi .....</b>	<b>12</b>
<b>II.2 Lingkup Pekerjaan.....</b>	<b>12</b>
<b>II.3 Deskripsi Pekerjaan .....</b>	<b>12</b>
<b>II.4 Jadwal Kerja.....</b>	<b>13</b>
<b>BAB III .....</b>	<b>14</b>
<b>PELAKSANAAN MAGANG .....</b>	<b>14</b>
<b>III.1 Posisi/kedudukan kegiatan magang .....</b>	<b>14</b>
<b>III.2 Metodologi Penyelesaian Tugas.....</b>	<b>14</b>
<b>III.3 Pembelajaran Hal Baru.....</b>	<b>50</b>
<b>BAB IV .....</b>	<b>52</b>
<b>PENUTUP .....</b>	<b>52</b>
<b>IV.1. Kesimpulan.....</b>	<b>52</b>
<b>IV.2. Saran .....</b>	<b>52</b>
<b>BAB V.....</b>	<b>55</b>
<b>REFLEKSI DIRI .....</b>	<b>55</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>56</b>
<b>Lampiran A. TOR.....</b>	<b>56</b>
<b>Lampiran B. Log Activity .....</b>	<b>60</b>

<b>Lampiran C. Dokumen Teknik .....</b>	<b>100</b>
<b>Lampiran D. Sertifikat dan Nilai Akhir Magang MSIB PT. Adma Digital Solusi .....</b>	<b>104</b>
<b>Lampiran E. Lembar asistensi .....</b>	<b>105</b>
<b>Lampiran F. Surat konversi MBKM.....</b>	<b>106</b>
<b>Lampiran G. Surat rekomendasi .....</b>	<b>107</b>
<b>Lampiran H. Nilai akhir .....</b>	<b>108</b>

## Daftar Gambar

<b>BAB I</b> .....	10
<b>PENDAHULUAN</b> .....	10
<b>I.1 Latar belakang</b> .....	10
Gambar I.1 Logo PT. Adma Digital Solusi .....	10
<b>BAB II</b> .....	12
<b>ORGANISASI MITRA</b> .....	12
<b>II.1 Struktur Organisasi</b> .....	12
Gambar I.1 Logo PT. Adma Digital Solusi .....	12
<b>BAB III</b> .....	14
<b>PELAKSANAAN MAGANG</b> .....	14
<b>III.2 Metodologi Penyelesaian Tugas</b> .....	14
Gambar III.2.1. Teknis pengerjaan tugas.....	14
Gambar III.2.2. Software yang digunakan.....	15
Gambar III.2.3. Briefing tugas melalui Notion.....	17
Gambar III.2.4. Proses brainstorming.....	18
Gambar III.2.5. Proses pengerjaan BMC.....	18
Gambar III.2.6. Proses asistensi .....	19
Gambar III.2.7. Business Model Canvas (BMC) .....	20
Gambar III.2.8. Briefing tugas melalui Notion.....	21
Gambar III.2.9. Proses Brainstorming .....	22
Gambar III.2.10. Proses pengerjaan lead magnet ebook.....	23
Gambar III.2.11. Cover lead magnet ebook .....	23
Gambar III.2.12. Isi ebook .....	24
Gambar III.2.13. Briefing tugas melalui Notion.....	25
Gambar III.2.14. Proses brainstorming.....	25
Gambar III.2.15. Proses pengerjaan landing page dan blog .....	26
Gambar III.2.16. Proses asistensi .....	26
Gambar III.2.17. Landing page dan blog skincare augment.....	27
Gambar III.2.18. Briefing tugas melalui Notion.....	28
Gambar III.2.19. Proses brainstorming.....	29
Gambar III.2.20. Proses pengerjaan landing page .....	29
Gambar III.2.21. Proses asistensi .....	30
Gambar III.2.22. Landing page skincare augment.....	30

Gambar III.2.23. Briefing tugas melalui Notion.....	31
Gambar III.2.24. Proses brainstorming.....	32
Gambar III.2.25. Proses pengerjaan desain feeds skincare augment .....	32
Gambar III.2.26. Proses editing video .....	33
Gambar III.2.27. Proses asistensi .....	33
Gambar III.2.28. Sosial media skincare augment .....	34
Gambar III.2.29. Desain feeds skincare augment .....	34
Gambar III.2.30. Briefing tugas melalui Notion.....	35
Gambar III.2.31. Proses brainstorming.....	36
Gambar III.2.32. Proses pengerjaan desain feeds parfum augment .....	36
Gambar III.2.33. Proses editing video .....	37
Gambar III.2.34. Proses asistensi .....	37
Gambar III.2.35. Sosial media parfum augment.....	38
Gambar III.2.36. Desain feeds parfum augment.....	39
Gambar III.2.37. Reels parfum augment .....	39
Gambar III.2.38. Briefing tugas melalui Notion.....	40
Gambar III.2.39. Proses brainstorming.....	41
Gambar III.2.40. Proses pengerjaan desain feeds ADS Digital Partner.....	41
Gambar III.2.41. Proses editing video .....	42
Gambar III.2.42. Proses asistensi .....	43
Gambar III.2.43. Sosial media ADS Digital Partner .....	43
Gambar III.2.44. Desain feeds ADS Digital Partner .....	44
Gambar III.2.45. Reels ADS Digital Partner .....	44
Gambar III.2.46. Pengelolaan email marketing .....	46
Gambar III.2.47. Content plan ADS Digital Partner .....	48
Gambar III.2.48. Content plan skincare augment .....	48
Gambar III.2.49. Content plan parfum augment.....	49
Gambar III.2.50. Pengelolaan meta business.....	50
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>56</b>
<b>Lampiran A. TOR.....</b>	<b>56</b>
Gambar A.1 Term Of Reference .....	56
Gambar A.2 Term Of Reference .....	57
Gambar A.3 Term Of Reference .....	58
Gambar A.4 Term Of Reference .....	59
<b>Lampiran C. Dokumen Teknik.....</b>	<b>100</b>

Gambar C.1. Proses pembuatan desain .....	100
Gambar C.2. Content plan dan bank konten.....	101
Gambar C.3. Penyimpanan file digital marketing specialist.....	103
Gambar C.4. Grup Telegram ADS Digital Partner.....	103
<b>Lampiran D. Sertifikat dan Nilai Akhir Magang MSIB PT. Adma Digital Solusi .....</b>	<b>104</b>
Gambar D. Sertifikat dan nilai akhir magang MSIB PT. Adma Digital Solusi .....	104
<b>Lampiran E. Lembar asistensi .....</b>	<b>105</b>
Gambar E. Lembar Asistensi.....	105
<b>Lampiran F. Surat konversi MBKM.....</b>	<b>106</b>
Gambar F. Surat Konversi MBKM. ....	106
<b>Lampiran G. Surat rekomendasi .....</b>	<b>107</b>
Gambar G. Surat rekomendasi.....	107
<b>Lampiran H. Nilai akhir .....</b>	<b>108</b>

## Daftar Tabel

<b>BAB II</b> .....	12
<b>ORGANISASI MITRA</b> .....	12
<b>II.4 Jadwal Kerja</b> .....	13
Tabel II.4. Jadwal kerja PT. Adma Digital Solusi .....	13
<b>LAMPIRAN</b> .....	56
<b>Lampiran B. Log Activity</b> .....	99
Tabel B. Log Activity .....	99