

LAPORAN KERJA PRAKTIK

***DIGITAL MARKETING* SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI
PEMASARAN PADA PT *TRIPLE ONE GLOBAL* INDONESIA**



Oleh:

Priscilia Yasin

NRP. 1423018010

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

2022

**DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI
PEMASARAN PADA PT TRIPLE ONE GLOBAL INDONESIA**

**Diajukan untuk memenuhi sebagai persyaratan dalam memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya**



Oleh:

Priscilia Yasin

NRP. 1423018010

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

2022

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, Saya

Nama : Priscilia Yasin

NRP : 1423018010

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam Laporan Kerja Praktik berjudul:

***DIGITAL MARKETING* SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA
PT TRIPLE ONE GLOBAL INDONESIA**

Adalah benar adanya dan merupakan karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 29 Mei 2022



Penulis

Priscilia Yasin

NRP.1423018010

SURAT PERNYATAAN
PERSEJUTUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan Ilmu Pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

Nama : Priscilia Yasin
NRP : 1423018010
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Tahun Lulus : 2022

Dengan ini **SETUJU/TIDAK SETUJU** Skripsi/ Karya Ilmiah saya, dengan judul

***DIGITAL MARKETING* SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA
PT TRIPLE ONE GLOBAL INDONESIA**

Untuk dipublikasikan/ ditampilkan di media internet atau media lainnya (Digital Library) Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan undang-undang Hak Cipta yang berlaku.

Demikian surat pernyataan **SETUJU/TIDAK SETUJU** publikasi Karya Ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 29 Mei 2022



Penulis

Priscilia Yasin

NRP.1423018010

HALAMAN PERSETUJUAN
***DIGITAL MARKETING* SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI**
PEMASARAN PADA PT *TRIPLE ONE GLOBAL* INDONESIA

OLEH:
PRISCILIA YASIN
NRP: 1423018010

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING,



Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom

TANGGAL: 09 MEI 2022

DEKAN,



v

Brigitta Revia Sandy Fista, S.SOS., M.I.KOM

NIDN. 071510890

HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN TUGAS AKHIR KERJA PRAKTIK YANG DITULIS OLEH:

PRISCILIA YASIN : 1423018010

TELAH DIUJI PADA TANGGAL SENIN, 23 MEI 2022 DAN DINYATAKAN LULUS
OLEH TIM PENGUJI

KETUA TIM PENGUJI



Dr. Nanang Krisdinanto, Drs., M.Si.

NIDN. 0726126602

MENGETAHUI;

DEKAN,



Brigitta Revia Sandy Fista, S.SOS., M.I.KOM

NIDN. 0715108903

KATA PERSEMBAHAN

“Things don’t always go as planned, but it’s when you make a plan out of the unplanned and make the best of the unlikely things in life.”

Kalimat tersebut menjadi motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan laporan kerja praktik ini. Terkadang hidup memang tidak selalu berjalan sesuai dengan apa yang kita rencanakan, namun ketika kita menjalankan semuanya dengan tulus pastilah jalan tersebut menjadi baik.

Dengan rasa syukur atas terselesaikannya kegiatan serta laporan kerja praktik ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat perlindungannya penulis dapat menyelesaikan kegiatan kerja praktik ini dengan kondisi sehat.
2. Keluarga dan orang-orang terdekat yang selalu memberikan support dan semangat bagi penulis selama menyelesaikan kegiatan kerja praktik ini.
3. Sahabat terbaik penulis, Celia yang selalu ada dan bersama-sama melakukan kerja praktik di tim yang sama dengan penulis. Jocelin yang selalu memberi semangat serta saran yang membangun bagi penulis. Serta teman-teman Nero StartUp Team yang selalu menginspirasi dengan semangat mereka.
4. Sahabat SMA tercinta, Ratna, Evelyn, Emily, dan Ellen yang selalu memberikan kebahagiaan dan motivasi bagi penulis.
5. Mentor-mentor serta sahabat-sahabat terhebat di Dandelion Beauty Academy, Kak Regina, Kak Melvin, Kak Reyhan, Vania dan Christy.
6. Teman-teman PSM Cantate Domino yang sedang berjuang bersama meraih gelar sarjana dan selalu saling menginspirasi.
7. Tim Digital Marketing TOG Indonesia, yang telah memberikan kesempatan dan pengalaman yang sangat berharga bagi penulis.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat-Nya penulis dapat dilancarkan dalam setiap proses kerja praktik ini, mulai dari pelaksanaan hingga menyusun laporan. Laporan Kerja Praktik dengan judul “*Peran Tim Digital Marketing Triple One Global Indonesia dalam Meningkatkan Brand Awareness*” ini disusun dengan maksud untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Laporan ini disusun berdasarkan pengalaman yang penulis peroleh selama melaksanakan kerja praktik dan tergabung dalam tim digital marketing PT Triple One Global Indonesia.

Melalui pengalaman selama kerja praktik, penulis dapat menambah wawasan, relasi, membuka peluang baru, serta mempraktikkan secara langsung ilmu yang telah diberikan oleh dosen selama kuliah. Sehingga ketika lulus nanti diharapkan mahasiswa dapat beradaptasi lebih cepat dengan dunia kerja yang sesungguhnya. Laporan ini merupakan bukti tertulis bahwa penulis sangat berterimakasih kepada semua pihak yang telah membantu, membimbing, dan memberikan dukungan kepada penulis selama melaksanakan kerja praktik.

Dengan terselesaikannya laporan kerja praktik ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom, selaku dosen pembimbing penulis selama pelaksanaan kerja praktik.
2. PT Triple One Global Indonesia, yang telah memberikan kesempatan dan pengalaman yang luar biasa kepada penulis untuk melaksanakan kerja praktik pada bidang *digital marketing*.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
KATA PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	Viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	X
ABSTRAK.....	xi
BAB I Pendahuluan.....	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Bidang Kerja Praktik.....	4
I.3 Tujuan Kerja Praktik.....	4
I.4 Manfaat Kerja Praktik.....	4
I.5 Tinjauan Pustaka.....	6
I.5.1 Strategi Komunikasi.....	6
I.5.2 Komunikasi Pemasaran.....	7
I.5.3 Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	7
I.5.4 Digital Marketing.....	8
I.5.5 Social Media.....	9

BAB II HASIL DAN PEMBAHASAN KERJA PRAKTIK.....	11
II.1 Gambaran Umum Perusahaan Tempat Kerja Praktik.....	11
II.1.1 Profil dan PT. Triple One Global.....	11
II.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	12
II.1.3 Logo Perusahaan.....	12
II.1.4 Identitas Perusahaan.....	13
II.2 Waktu dan Pelaksanaan Kerja Praktik.....	13
II.3 Hasil dan Temuan.....	18
II.3.1 Kegiatan yang Rutin Dilakukan.....	19
II.3.1.1 Publikasi Blog Artikel di blog MY Scorecard.....	19
II.3.1.2 Pengisian Deskripsi Video Youtube MY Scorecard.....	22
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	25
III.1 Penerapan Strategi Pemasaran.....	25
III.1.1 Strategi Komunikasi.....	28
III.1.2 Digital Marketing.....	31
BAB IV PENUTUP.....	34
IV.1 Kesimpulan.....	34
IV.2 Saran.....	34

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Logo PT Triple One Global Indonesia.....	12
Gambar III.1 Testimoni Pengguna MY Score Card.....	34
Gambar III.2 Laman Tiktok Budak Gaji.....	36
Gambar III.3 Laman Blog MY Scorecard.....	38
Gambar III.4 Laman Website MY Scorecard.....	40
Gambar III.5 Laman YouTube MY Scorecard.....	40
Gambar III.6 Laman Website MY Scorecard.....	41
Gambar III.7 Profile Instagram MY Scorecard.....	45
Gambar III.8 Laman Instagram MY Scorecard.....	45

DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Laporan Harian Pelaksanaan Kerja Praktik.....	14
Tabel II.2 Laporan Hasil Pelaksanaan Kerja Praktik Blog.....	20
Tabel II.3 Laporan Hasil Pelaksanaan Kerja Praktik YouTube.....	23

ABSTRAK

Peran komunikasi pemasaran sangat penting untuk menunjang kesuksesan sebuah perusahaan dalam mengenalkan produknya ke masyarakat. Kegiatan *marketing communication* dilakukan oleh sebuah perusahaan guna membangun citra perusahaan secara positif pada masyarakat serta menarik minat calon konsumen terhadap pelayanan atau produk yang ditawarkan. PT Triple One Global Indonesia merupakan salah satu perusahaan yang menerapkan strategi komunikasi pemasaran *digital marketing*, dimana bertujuan untuk meningkatkan brand awareness dari aplikasi My Scorecard yang digunakan untuk perusahaan agar mampu melakukan pengaturan dan manajemen karyawan dengan lebih baik. Secara praktik, perusahaan melakukan *Inbound Digital Marketing* dengan memproduksi konten-konten menarik melalui berbagai media sosial dan juga website untuk memberikan informasi kepada target market yang membutuhkan. Dengan penerapan *digital marketing* sebagai strategi komunikasi pemasaran, perusahaan diharapkan dapat menjangkau secara luas prospek pelanggan yang ada dan mampu mengarahkan mereka secara implisit untuk menggunakan jasa dari PT Triple One Global Indonesia.

Kata Kunci : Komunikasi Pemasaran, Strategi Komunikasi Pemasaran, *Marketing Communication*, PT Triple One Global Indonesia, Strategi Marketing,

ABSTRACT

The role of communication and marketing is very important to support the success of a company in introducing its products to the public. Marketing communication activities are carried out by a company in order to build a positive corporate image in the public and attract potential consumers to the services or products offered. PT Triple One Global Indonesia is a company that operates in the field of digital marketing, one of which is developing brand awareness from the My Scorecard application that is used for companies to be able to organize and manage employees better. PT Triple One Global carries out communication marketing strategies such as digital marketing and inbound marketing to increase public brand awareness of the company. In practice, the company conducts Inbound Digital Marketing by producing contents through media social and website to provide information to the target market in need. By using digital marketing, companies have the ability to broadly reach existing customer prospects and are able to implicitly direct them to use the services of PT Triple One Global.

Keywords: Marketing Communication, PT Triple One Global, Marketing Strategy, Brand Awareness.