

AKTIVITAS *DIGITAL MARKETING COMMUNICATION*

DALE CARNEGIE



Disusun Oleh:

Nabila Khairunnisa Ismudarmawan

NRP 1423022065

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

SURABAYA

2025

LAPORAN KERJA PRAKTIK

AKTIVITAS DIGITAL MARKETING COMMUNICATION DALE CARNEGIE

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh Sarjana

Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya



Disusun Oleh:

Nabila Khairunnisa Ismudarmawan

NRP 1423022065

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

SURABAYA

2025

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Nabila Khairunnisa

NRP : 1423022065

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

Aktivitas Digital Marketing Communication Dale Carnegie adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 1 Desember 2025

Penulis



Nabila Khairunnisa

NRP. 1423022065

HALAMAN PERSETUJUAN

AKTIVITAS DIGITAL MARKETING COMMUNICATION DALE CARNEGIE

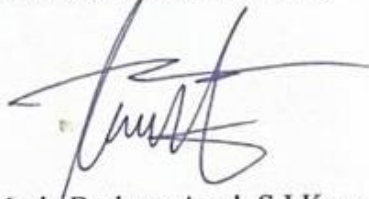
Oleh:

Nabila Khairunnisa Ismudarmawan

NRP.1423022065

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :

DOSEN PEMBIMBING,



Merlina Maria Barbara Apul, S.I.Kom., M.A.

NIDN. 0706069204

Tanggal: 20 November 2025

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI,



Dr. Firsensius Yudi Purnama, S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN. 0719078401

HALAMAN PENGESAHAN

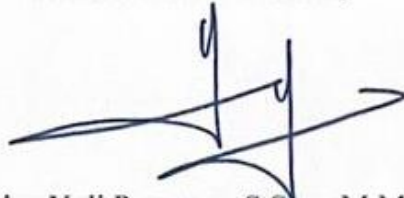
LAPORAN TUGAS AKHIR KERJA PRAKTIK YANG DITULIS OLEH :

Nabila Khairunnisa Ismudarmawan

NRP.1423022065

TELAH DIUJI PADA TANGGAL 20 NOVEMBER 2025 DAN DINYATAKAN
LULUS OLEH TIM PENGUJI

KETUA TIM PENGUJI,



Dr. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN. 0719078401

Tanggal: 20 November 2025

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI,



Dr. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN. 0719078401

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas
Katolik Widya Mandala Surabaya

Nama : Nabila Khairunnisa Ismudarmawan

NRP : 1423022065

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Dengan ini **SETUJU** Karya Ilmiah saya dengan judul:

“Aktivitas *Digital Marketing Communication* Dale Carnegie”

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

Demikian surat pernyataan persetujuan publikasi Karya Ilmiah ini saya buat
dengan sebenarnya.

Surabaya, 1 Desember 2025

Penulis



Nabila Khairunnisa

NRP. 1423022065

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal kerja praktik dengan *Aktivitas Digital Marketing Communication* Dale Carnegie sebagai salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Tidak lupa juga peneliti ingin berterima kasih kepada pihak-pihak berikut yang sudah membantu peneliti dalam menyusun penelitian ini:

1. Kepada keluarga peneliti yang selalu memberi semangat dalam progress skripsi sehingga peneliti selalu merasa tidak sendiri dan tidak menunda-nunda proses skripsi ini.
2. Kepada dosen pembimbing satu, Merlina Maria Barbara Apul, S.I.Kom., M.A. yang telah membantu peneliti dalam bimbingan, meluruskan arah penelitian, dan dengan tulus hati membantu peneliti dalam menemukan solusi ditengah kebuntuan dan kesusahan penulisan skripsi ini.
3. Penulis juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kesabaran, kelancaran, dukungan, dan inspirasi dalam penulisan proposal skripsi ini. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat baik dan hal positif dalam bidang Ilmu Komunikasi serta dapat memberikan motivasi dan inspirasi bagi peneliti-peneliti ke depannya.

Abstrak

Laporan ini membahas strategi *digital marketing communication* yang diterapkan oleh Dale Carnegie dalam upaya meningkatkan brand *awareness*, loyalitas, dan daya saing di industri training. Fokus utama strategi ini adalah pemanfaatan media sosial dan situs web resmi untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Pendekatan ini dikombinasikan dengan analisis data digital secara berkala guna menyesuaikan konten dengan tren pasar dan preferensi audiens. Temuan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan strategi digital marketing yang inovatif dan berkelanjutan, khususnya di sektor training yang kompetitif dan dinamis.

Kata Kunci : *Digital Marketing Communication*, Dale Carnegie, Citra Perusahaan

Abstract

This report discusses the digital marketing communication strategy implemented by Dale Carnegie to enhance brand awareness, loyalty, and competitiveness in the training industry. The primary focus of this strategy is the utilization of social media and the official website to reach a broader and more diverse audience. This approach is combined with regular digital data analysis to align content with market trends and audience preferences. These findings are expected to contribute to the development of innovative and sustainable digital marketing strategies, particularly within the competitive and dynamic training sector.

Keywords: Digital Marketing Communication, Dale Carnegie, Corporate Image

Daftar Isi

Abstrak.....	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Gambar	xi
Daftar Tabel	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	1
I.2 Bidang Kerja Praktik	4
I.3 Tujuan Kerja Praktik.....	4
I.3.1 Tujuan Khusus.....	4
I.4 Manfaat Kerja Praktik	4
I.4.1 Manfaat bagi Mahasiswa	4
I.4.2 Manfaat bagi Fakultas Ilmu Komunikasi	5
I.4.3 Manfaat Bagi Perusahaan	5
I.5 Tinjauan Pustaka.....	5
I.5.1 Aktivitas Implementasi Digital Marketing.....	5
I.5.2 Aktivitas Strategi Digital Marketing.....	6
I.5.3 Gaya Komunikasi Organisasi	8
I.5.4 Social Media Strategy.....	9
BAB II.....	11
HASIL TEMUAN DAN KERJA PRAKTIK.....	11
II.1 Gambaran Umum Perusahaan Kerja Praktik.....	11
II.1.2 Logo Perusahaan	13
II.1.3 Visi dan Misi.....	13
II.1.4 Struktur Organisasi.....	14
II.2 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kerja Praktik.....	14
II.2 Hasil dan Temuan	29
II.2.1 Content Making	30
II.2.2 Content Planner	31
II.2.3 Analisis Kompetitor dan Konten.....	33
II.2.4 Social Media Marketing.....	35
II.2.5 Event dan Kelas.....	36
II.2.6 Editing dan Copywriting	38
II.2.7 Cold Call	40
II.2.8 Social Media Assistant	40
BAB III.....	42
PEMBAHASAN.....	42
III.1 Digital Marketing	42

III.2	Aktivitas Strategi Digital Marketing	43
III.3	Strategi Sosial Media	51
BAB IV		57
KESIMPULAN DAN SARAN		57
IV.1	Kesimpulan.....	57
IV.2	Saran	58
DAFTAR PUSTAKA		59
LAMPIRAN		61

Daftar Gambar

Gambar 2.1 Kantor Utama Dale Carnegie Surabaya.....	11
Gambar 2.2 Logo Dale Carnegie.....	13
Gambar 2.3 Struktur Organisasi.....	14
Gambar 2.4 Hasil Konten LinkedIn.....	31
Gambar 2.5 Content plan linkedin.....	32
Gambar 2.6 PPT Analisis kompetitor.....	33
Gambar 2.7 Chat dengan calon klien.....	35
Gambar 2.8 Event DC Insight.....	36
Gambar 2.9 Quotes Dale Carnegie.....	37
Gambar 2.10 Copywriting Dale Carnegie.....	38
Gambar 2.11 LinkedIn akun trainer.....	40
Gambar 3.1 Analisis kompetitor.....	43
Gambar 3.2 Format chat penulis.....	45
Gambar 3.3 Recap learning reels Instagram.....	46
Gambar 3.4 Konten video.....	49
Gambar 3.5 Editing video.....	52
Gambar 3.6 Template recap feeds.....	54
Gambar 3.7 Tracking konten linkedin.....	55

Daftar Tabel

Tabel 2.1 Kegiatan dan Hasil Kegiatan.....	15
--	----