

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat yang telah diberikan-Nya, sehingga Laporan magang ini dapat diselesaikan. Tugas Akhir yang berjudul “nerapan Digital Marketing Yang Digunakan Oleh PT.Cekindo Dalam Meningkatkan Brand Awareness” laporan ini diselesaikan untuk memenuhi persyaratan akademik demi memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Strata Satu Universitas Pelita Harapan, Karawaci.

Penulis menyadari bahwa tanpa dukungan dan bimbingan dari para dosen, Tugas Akhir ini tidak mungkin terealisasi tepat waktu. Oleh karena itu, Penulis merasa berterimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses pengerjaan Tugas Akhir ini, yaitu kepada:

- 1) Dr. Naniek N. Setijadi, S.Pd., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
- 2) Marsefio Sevyone Luhukay, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
- 3) Prof.Dr,Paulus, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan banyak memberikan masukan kepada Penulis.
- 4) Dr. Rizaldi Parani, S.Sos., MIR. dan Sigit Pamungkas S.T ,M.T. selaku penguji Tugas Akhir.
- 5) Marsefio S. Lukuhay,S.Sos.,M.Si., Novantri G. Pakan, S.I.Kom., Sri Dwi Depvina Sirait, S.Pd.
- 6) Agustin Diana Wardaningsih, S.E., M.I.Kom selaku pembimbing Akademik selama proses perkuliahan.
- 7) Seluruh dosen dan staff program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas ilmu Sosial dan ilmu Politik, Universitas Pelita Harapan yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang bermanfaat untuk digunakan masa depan
- 8) Kepada kedua orang tua saya Ferry Lie dan Ng Tjhiu Gwek
- 9) Kepada kakak saya Irene

Akhir kata, Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca akan sangat bermanfaat bagi Penulis. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jakarta, Juli 2021

Pieter



DAFTAR ISI

	halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Tujuan Magang.....	4
1.3 Ruang Lingkup dan Batasan.....	5
1.4 Lokasi Waktu dan Tempat.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Kata Pengantar.....	6
2.2 Komunikasi.....	6
2.3 Marketing Mix.....	9
2.4 Marketing Communication.....	12
2.4.1 Promotional Mix.....	13
2.5 Digital Marketing.....	15
2.6 Brand Ekuitas.....	19
2.6.1 Brand Awareness.....	20
BAB III LATAR BELAKANG PERUSAHAAN.....	23
3.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	23
3.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	25
3.3 Jenis Produk Cekindo Business International.....	28
3.4 PT Cekindo Business International Organizational Stucture.....	32
3.5 Kegiatan Lingkup Administrasi.....	35
3.6 Kegiatan Lingkup Operasional.....	35
BAB IV URAIAN MAGANG DAN PELAKSANAAN.....	37
4.1 Uraian Hasil Magang.....	37
4.1.1 Uraian Hasil Magang Lingkup Operasional.....	40
4.2 Pembahasan Magang.....	59
4.2.1 Peranan komunikasi dalam penerapan aktivitas PT.Cekindo Business International.....	59
4.2.1.1 Elemen dalam proses komunikasi yang di jalankan PT.Cekindo Business International.....	60
4.2.2 Integrated Marketing Communication pada PT Cekindo Business International.....	61
4.2.2.1. Marketing Mix.....	62

4.2.3 Brand Awareness yang dilakukan di PT.Cekindo Business International.....	64
4.2.4 Digital Marketing pada PT.Cekindo Business International.....	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	75
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA.....	78



DAFTAR GAMBAR

	halaman
Gambar 2.1 Laswell Communication Theory.....	8
Gambar 2.2 Behaviour Modification.....	16
Gambar 3.1 Stuktur Organisasi Cekindo.....	29
Gambar 3.2 Posisi Pemangang.....	30
Gambar 4.1.1 Logo Voov	36
Gambar 4.1.2 Silde Presentasi Voov 1.....	38
Gambar 4.1.3 Silde Presentasi Voov 2.....	39
Gambar 4.1.4 Silde Presentasi Voov 3.....	39
Gambar 4.1.5 Silde Presentasi Voov 4.....	40
Gambar 4.1.6 Silde Presentasi Voov 5.....	40
Gambar 4.1.7 Logo Polyv.....	40
Gambar 4.1.8 Silde Presentasi Polyv 1.....	42
Gambar 4.1.9 Silde Presentasi Polyv 2.....	42
Gambar 4.1.10 Silde Presentasi Polyv 3.....	43
Gambar 4.1.11 Silde Presentasi Polyv 4.....	44
Gambar 4.1.12 Logo Mailchimp.....	46
Gambar 4.1.13 Gambar Email 1.....	47
Gambar 4.1.14 Gambar Email 2.....	47
Gambar 4.1.15 Gambar Email 3.....	48
Gambar 4.1.16 Gambar Weibo 1.....	49
Gambar 4.1.17 Gambar Weibo 2.....	50
Gambar 4.1.18 Gambar Weibo 3.....	50
Gambar 4.1.19 Gambar Weibo 4.....	51
Gambar 4.1.20 Gambar Weibo 5.....	51
Gambar 4.2.1 Instagram Cekindo 1.....	58
Gambar 4.2.2 Instagram Cekindo 2.....	59
Gambar 4.2.3 Instagram Cekindo 3.....	60
Gambar 4.2.4 Facebook Cekindo 1.....	61
Gambar 4.2.5 Facebook Cekindo 2.....	62
Gambar 4.2.6 Google Adsense Cekindo 1.....	63
Gambar 4.2.7 Google Adsense Cekindo 2.....	63
Gambar 4.2.8 Wechat Moments 1.....	64
Gambar 4.2.9 Wechat Moments 2.....	65

DAFTAR LAMPIRAN

	halaman
Lembar Monitor Magang.....	A-1
Surat Bukti Penerimaan.....	A-11
Informasi Tempat Pemangang.....	A-12
Evaluasi Kinerja Magang.....	A-13
Angket Pendapat perusahaan mengenai Magang.....	A-14
Angket Pendapat Mahasiswa mengenai Magang.....	A-15
Turnitin Originality Check.....	A-17
Curicullum Vitae.....	A-18

