



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

# PROSES KEMITRAAN *DIGITAL CREATIVE AGENCY* DI PT VIRUS MEDIA INVESTARA



**MELISA KARTIKA SARI**

**1905311105**

**LAPORAN TUGAS AKHIR  
HASIL PRAKTIK KERJA LAPANGAN**

**Diajukan untuk melengkapi persyaratan**

**Diploma III Politeknik**

**PROGRAM STUDI D3 ADMINISTRASI BISNIS  
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA  
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**2022**

**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, pennisan karya ilmiah, pennisan laporan, pennisan kritik atau tinjauan satu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
  2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**POLITEKNIK NEGERI JAKARTA  
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA  
PROGRAM STUDI D3 ADMINISTRASI BISNIS**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

Nama : Melisa Kartika Sari  
NIM : 1905311105  
Program Studi : D-III Administrasi Bisnis  
Judul Laporan Tugas Akhir : Proses Kemitraan *Digital Creative Agency* di PT Virus Media Investara

Depok, 28 Juli 2022

Pembimbing I

Pembimbing II



Taufik Akbar, SE., M.S.M  
NIP. 198409132018031001



Erlyn Rosalina, S.Hum., M.Pd.  
NIP. 198711122019032011

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Niaga

  
**Dr. Dra. Ais Mariani, M.Si**  
NIP. 196501311989032001



- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**POLITEKNIK NEGERI JAKARTA  
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA  
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

**LEMBAR PENGESAHAN**

Nama : Melisa Kartika Sari  
NIM : 1905311105  
Program Studi : D-III Administrasi Bisnis  
Judul Laporan Tugas Akhir : Proses Kemitraan *Digital Creative Agency* di PT Virus Media Investara

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Ahli Madya (A.Md) pada Program Studi D3 Administrasi Bisnis, Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta, pada:

Hari : Kamis  
Tanggal : 28 Juli 2022  
Waktu : 09.00-10.00

**TIM PENGUJI**

Ketua Sidang : Taufik Akbar, S.E., M.S.M  
NIP.198409132018031001

  
.....

Penguji I : Djuni Akbar, S.E., M.Si  
NIP.196206231990031002

  
.....

Penguji II : Wahyudi Utomo, S.Sos., M.Si  
NIP.198007112015041001

  
.....



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang berjudul “Proses Kemitraan *Digital Creative Agency* di PT Virus Media Investara”. Tugas akhir ini disusun sebagai persyaratan kelulusan pada Program Studi Administrasi Bisnis Diploma III Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini tidak dapat diselesaikan tanpa bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan moril maupun materil kepada:

- 1) Dr. sc. H. Zainal Nur Arifin, Dipl-Ing. HTL., M.T. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta
- 2) Dr. Dra. Iis Marian, M.Si selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga
- 3) Taufik Akbar S.E., M.S.M selaku Kepala Program Studi Diploma III Administrasi Bisnis, sekaligus dosen pembimbing materi laporan tugas akhir yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing, memeriksa, dan memberikan saran dan masukan dalam penyusunan tugas akhir ini.
- 4) Erlyn Rosalina, S.Hum., M.Pd. selaku dosen pembimbing teknis penulisan tugas akhir yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing, memeriksa, dan memberikan saran dalam penyusunan tugas akhir ini.
- 5) Seluruh Dosen Politeknik Negeri Jakarta khususnya Jurusan Administrasi Niaga yang telah banyak memberikan ilmu pembelajaran kepada penulis selama perkuliahan di Politeknik Negeri Jakarta.
- 6) Staff Administrasi Jurusan Administrasi Niaga Program Studi Diploma-III Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Jakarta yang telah membantu penulis untuk mengurus keperluan administrasi.



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- 7) Bapak Aditya Rian selaku CEO PT Virus Media Investara, Ibu Dinar Syarita Bakti selaku *VP of People and Culture* PT Virus Media Investara, Bapak Iqbal Ghiffari selaku *Business Development Manager* PT Virus Media Investara, Ibu Muthia Az-Zahra dan Bapak Aditya Hamman selaku *Business Development Executive* PT Virus Media Investara, dan seluruh karyawan PT Virus Media Investara yang telah memberikan kesempatan, membantu, dan mengizinkan penulis dalam proses pengumpulan data selama melakukan praktik kerja lapangan di PT Virus Media Investara.
- 8) Ayahanda Iwan Kristianto dan Ibunda Anita, serta Adik Pertama Luthfi Christian dan Adik Kedua Jovi Evand yang telah mendukung penulis sampai saat ini sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
- 9) Rekan seperjuangan Program Studi D3 Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Jakarta angkatan 2019 dan teman-teman seperjuangan AB6B.
- 10) Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis selama menyusun laporan tugas akhir ini.

Penulis menyadari dalam penyusunan laporan tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang positif dan membangun dari semua pihak untuk kesempurnaan tugas akhir ini. Semoga Laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi para pembaca. Akhir kata penulis ucapkan terima kasih.

Jakarta, 06 Juni 2022

Penulis



## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
DAFTAR <i>FLOWCHART</i> .....	ix
DAFTAR TABEL .....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penulisan .....	3
1.4 Manfaat Penulisan .....	4
1.5 Metode Pengumpulan Data.....	4
1.6 Metode Analisis Data.....	5
1.7 Sistematika Penulisan .....	5
BAB II LANDASAN TEORI .....	7
2.1 Pengertian Kemitraan.....	7
2.1.1 Jenis-jenis Kemitraan.....	8
2.1.2 Konsep Kemitraan Pada Agensi (Hubungan Klien-Agensi).....	9
2.2 Pengertian Saluran Pemasaran .....	11
2.2.1 Jenis Saluran Pemasaran .....	12
2.3 Pengertian B2B.....	12

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2.3.1	Konsep B2B Di Agensi.....	14
2.4	Pengertian <i>Digital Creative Agency</i> .....	15
2.4.1	Jenis-Jenis <i>Digital Creative Agency</i> .....	17
2.4.2	Fungsi <i>Digital Creative Agency</i> .....	18
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....		20
3.1	Sejarah Perusahaan .....	20
3.2	Motto Perusahaan .....	21
3.3	Jasa Perusahaan .....	22
3.4	Struktur Organisasi Perusahaan.....	22
3.5	Logo Perusahaan.....	25
BAB IV PEMBAHASAN.....		26
4.1	Proses Kemitraan <i>Digital Creative Agency</i> di PT Virus Media Investara .....	26
4.1.1	Tahapan–Tahapan Untuk Membangun Kemitraan.....	27
4.2	Kendala yang dihadapi dalam Proses Kemitraan <i>Digital Creative Agency</i> di PT Virus Media Investara.....	37
4.3	Solusi Untuk Mengatasi Kendala dalam Proses Kemitraan di PT Virus Media Investara.....	38
BAB V PENUTUP.....		39
5.1	Kesimpulan.....	39
5.2	Saran .....	40
DAFTAR PUSTAKA .....		41
LAMPIRAN .....		43



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Motto PT Virus Media Investara.....	21
Gambar 3. 2 Struktur Organisasi PT Virus Media Investara.....	23
Gambar 3. 3 Logo PT Virus Media Investara.....	25





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Wawancara .....	43
Lampiran 2 Contoh Penulisan Daftar Klien .....	44
Lampiran 3 Presentasi <i>Credentials</i> Kepada Klien .....	45
Lampiran 4 Kartu Nama .....	46
Lampiran 5 Pencarian Kontak Klien melalui LinkedIn .....	47
Lampiran 6 Contoh Proyek .....	48
Lampiran 7 Contoh Laporan Hasil Proyek .....	49
Lampiran 8 Objektif yang bisa dicapai berdasarkan jasa .....	50



POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA

## DAFTAR *FLOWCHART*

Flowchart 4.1 <i>flowchart</i> tahapan menemukan klien potensial untuk membangun kemitraan .....	27
Flowchart 4.2 <i>flowchart</i> tahapan pengerjaan proyek kemitraan yang sudah disepakati .....	31



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Perbandingan teori dan praktik proses kemitraan perusahaan <i>digital creative agency</i> di PT Virus Media Investara .....	34
---	----





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Masa pandemi covid-19 membuat segala aktivitas harus dilakukan melalui jaringan internet baik sekolah, bekerja, dan juga kegiatan bisnis atau jual-beli. Kegiatan promosipun mengalami perkembangan seiring dengan majunya dunia digital. Dengan perkembangan dunia digital dan perubahan kebiasaan masyarakat tersebut membuat strategi pemasaran *digital* semakin diminati. Pebisnis mulai beramai-ramai mempromosikan bisnisnya melalui *digital marketing*.

Untuk melakukan promosi melalui *digital marketing* membutuhkan kreativitas dan kemampuan dari tim *marketing* suatu perusahaan. Namun, belum banyak perusahaan yang memiliki tim *marketing* yang telah memahami bagaimana strategi dalam melakukan *digital marketing*. Sehingga, tidak sedikit perusahaan yang memilih untuk memakai jasa pihak ketiga untuk membantu kegiatan promosi mereka dalam hal ini adalah jasa dari *digital creative agency*.

PT Virus Media Investara sebagai *digital creative agency* mulai dikenal luas dan dilirik oleh perusahaan-perusahaan besar untuk membantu mereka dalam kegiatan pemasaran, karena pandemi Covid-19 yang mengharuskan kegiatan serba digital maka banyak perusahaan/merek yang mulai percaya untuk memakai jasa *marketing agency* dan tidak ragu untuk mengeluarkan biaya iklan digital yang besar untuk kepentingan bisnis mereka.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Suatu perusahaan *Digital Creative Agency* juga harus mampu bersaing untuk mendapatkan kemitraan dengan klien baru dan menjaga hubungan dengan klien yang sudah ada agar kerjasama yang dilakukan dapat berjalan dengan baik. Oleh karena itu dibutuhkan tim yang bertugas untuk mencari peluang klien baru dan menjaga hubungan dengan klien. Dengan kata lain, perusahaan di bidang *Digital Creative Agency* tidak hanya memiliki kemampuan kreativitas tentang merancang *digital marketing* klien tetapi juga harus memiliki kemampuan untuk menjaga dan mendapatkan kemitraan dengan klien potensial yang baru, dan tugas ini berada di tim *Business Development*.

Tugas inti dari tim *Business Development* sendiri adalah untuk mencari, mengidentifikasi, dan membangun kemitraan dengan klien. Kemudian mengembangkan dan merencanakan penawaran kerjasama dengan klien sampai hasil yang direncanakan dalam penawaran kerjasama tersebut disepakati oleh klien. Hal tersebut menunjukkan bahwa tim *Business Development* menjadi bagian penting dari tim marketing perusahaan *Digital Creative Agency*, yang tugasnya sebagai penghubung antara klien dengan pihak internal perusahaan dan menghasilkan kerjasama yang saling menguntungkan dengan klien.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk membahas dan mengetahui lebih jauh mengenai langkah-langkah apa yang harus dilakukan oleh tim *Business Development* hingga menghasilkan kesepakatan kemitraan dengan klien di perusahaan *Digital Creative Agency* dalam tugas akhir yang berjudul “Proses Kemitraan *Digital Creative Agency* di PT Virus Media Investara”.



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## 1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang tersebut, penulis mengambil perumusan masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana proses kemitraan *digital creative agency* di PT Virus Media Investara?
- b. Apa saja kendala yang dihadapi dalam proses kemitraan *digital creative agency* di PT Virus Media Investara?
- c. Bagaimana solusi untuk mengatasi kendala yang dihadapi dalam proses kemitraan *digital creative agency* di PT Virus Media Investara?

## 1.3 Tujuan Penulisan

Setelah perumusan masalah ditetapkan, maka tujuan penulis adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui proses mendapatkan kemitraan *digital creative agency* di PT Virus Media Investara.
- b. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi dalam membangun kemitraan *digital creative agency* di PT Virus Media Investara.
- c. Untuk mengetahui solusi dari kendala yang dihadapi dalam membangun kemitraan *digital creative agency* di PT Virus Media Investara.



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

#### 1.4 Manfaat Penulisan

Dalam penulisan tugas akhir ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak. Manfaat yang dapat diambil dalam penulisan tugas akhir ini adalah yang pertama bagi penulis yaitu laporan tugas akhir ini dapat dijadikan sebagai tambahan ilmu pengetahuan dan sebagai perbandingan terhadap teori yang penulis dapatkan di perkuliahan dengan penerapannya dalam praktek kerja lapangan di PT Virus Media Investara mengenai proses pemasaran perusahaan *digital creative agency* agar mendapatkan kemitraan dengan klien potensial.

Kemudian, bagi perusahaan yaitu penulis dapat memberikan saran dan ide yang positif bagi PT Virus Media Investara khususnya tim *Business Development* dalam mengembangkan perusahaan di masa yang akan datang.

Yang terakhir, bagi ilmu pengetahuan yaitu laporan tugas akhir ini dapat dijadikan sebagai referensi di bidang pemasaran terutama bagi mahasiswa yang mengambil topik yang sama.

#### 1.5 Metode Pengumpulan Data

Dalam penulisan tugas akhir ini, metode pengumpulan data yang digunakan penulis adalah:

a. Observasi

Penulis melakukan pengamatan dan terjun langsung dalam melaksanakan tugas pada tim *Business Development* untuk mendapatkan kemitraan *digital creative agency* di PT Virus Media Investara.

b. Wawancara

Penulis melakukan wawancara dengan tim *Business Development* PT Virus Media Investara yang bertanggung jawab untuk mencari,

mengidentifikasi sampai mendapatkan kesepakatan kerjasama dengan klien. Daftar pertanyaan wawancara dapat dilihat pada (lampiran 1).

c. Dokumentasi

Penulis mengumpulkan dokumen-dokumen pendukung terkait kegiatan kerjasama dengan klien. Serta contoh hasil proyek yang dikerjakan sebagai bahan pendukung dari penulisan laporan tugas akhir.

## 1.6 Metode Analisis Data

Metode yang digunakan untuk menganalisis data pada penulisan laporan tugas akhir ini adalah deskriptif kualitatif yang merupakan suatu pendeskripsian maupun penggambaran setiap permasalahan. Data yang diperoleh akan diolah secara sistematis dan dianalisis dengan teori yang terkait, sehingga penulis mendapatkan deskripsi mengenai penerapan pemasaran perusahaan bidang *digital creative agency* di PT Virus Media Investara.

## 1.7 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis mengelompokkan menjadi 5 bab, terdiri dari:

### **Bab I: Pendahuluan**

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dari penulisan, manfaat dari penulisan, metode pengumpulan data, metode analisis data dan sistematika penulisan.

### **Bab II: Landasan Teori**



#### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Bab ini menjelaskan tentang landasan teori yang menjadi landasan dalam penulisan tugas akhir ini, berkaitan dengan topik yang akan dijadikan perbandingan antara praktik kerja lapangan dengan pengalaman serta teori yang didapat penulis dalam lingkungan perkuliahan. Bab ini menggambarkan tentang pengertian kemitraan, jenis-jenis kemitraan, konsep kemitraan pada agensi, pengertian saluran pemasaran, jenis saluran pemasaran, pengertian B2B, konsep B2B pada agensi, pengertian *digital creative agency*, jenis-jenis perusahaan *digital creative agency*, dan fungsi dari *digital creative agency*.

**Bab III: Gambaran Umum Perusahaan**

Bab ini menggambarkan tentang profil singkat perusahaan antara lain sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan, struktur organisasi perusahaan serta logo perusahaan.

**Bab IV: Pembahasan**

Bab ini menjelaskan tentang penjelasan pokok atau pembahasan dari permasalahan yang ada di perusahaan. Bab ini menggambarkan tentang tugas rutin dan pekerjaan di tim *Business Development*, kendala-kendala yang dihadapi oleh tim *Business Development* terkait kegiatan pemasaran untuk mendapatkan kemitraan dengan klien, dan solusi yang dilakukan dalam menghadapi kendala dari proses kemitraan *digital creative agency* di PT Virus Media Investara.

**Bab V: Penutup**

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan yang telah penulis bahas dan saran-saran yang diberikan penulis agar berguna untuk masa depan perusahaan.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan atas pengamatan yang telah dilakukan penulis mengenai proses kemitraan *digital creative agency* pada PT Virus Media Investara, maka penulis menyimpulkan bahwa proses untuk mendapatkan kemitraan *digital creative agency* pada PT Virus Media Investara adalah dengan menemukan sebanyak-banyaknya klien potensial yang menjadi tanggung jawab dari divisi *Business Development*. Dalam pelaksanaannya peran agensi pada PT Virus Media Investara sudah sesuai dengan teori yang disebutkan di bab II. Yaitu kemitraan yang saling menguntungkan dan agensi tidak hanya bekerja sebagai *vendor* yang menyediakan jasa pemasaran kemudian menerima bayaran tetapi sebagai *partner* klien yang bisa memberikan masukan dan saran untuk pencapaian tujuan bisnis klien.

Kemudian kendala yang dihadapi agensi yaitu masih kurangnya pemahaman klien terhadap jasa yang ditawarkan karena masih minimnya pengetahuan tentang *digital marketing* baik itu manfaat dan juga kekurangannya. Kemudian kendala berikutnya adalah terkadang bisa terjadi miskomunikasi antara klien dan agensi. Kendala yang terakhir pada beberapa proyek kemitraan hasil yang dihasilkan tidak sesuai target yang ditentukan di awal.



Solusi untuk menghadapi kendala tersebut diatas adalah dengan memberikan penjelasan sejelas-jelasnya kepada klien mengenai *digital marketing* dan jasa yang ada serta memberikan contoh yang spesifik, menjaga hubungan baik dengan berkomunikasi kepada klien secara terbuka serta selalu berani bertanggung jawab jika terjadi hal-hal yang tidak diinginkan.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hambatan yang dihadapi dalam proses kemitraan *digital creative agency* pada PT Virus Media Investara, penulis mencoba memberikan saran sebagai bahan pertimbangan agar proses kemitraan pada PT Virus Media Investara dapat berjalan lebih baik. Yaitu pada saat perkenalan awal dengan klien persiapkan contoh-contoh dari *service* yang ditawarkan dalam bentuk *visual* sehingga klien yang belum paham bisa mengerti. Selalu menjaga hubungan baik dengan klien baik klien baru maupun klien lama. Untuk menghindari tidak tercapainya target dalam menggunakan jasa KOL saran penulis adalah melakukan *riset* terperinci terlebih dahulu KOL yang akan digunakan apakah pernah bermasalah atau tidak pada *brand* sebelumnya. Selalu evaluasi setiap proyek yang dikerjakan agar mengetahui permasalahannya dan menghindari terjadi kesalahan lagi dimasa yang akan datang.

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Akbar, Taufik. 2020. *Mudahnya Belajar Pemasaran*. Jakarta: PNJ Press
- Andriana D, Kuspriyono T. 2020. *Manajemen Klien dan Bisnis Periklanan*. Jakarta: RepositoryBSI.
- Bawab, H. 2014. *How to work with a digital marketing agency*. Inggris: Magic Logix
- BP-PAUD dan DIKMAS Kalimantan Selatan. 2018. *Bahan Ajar Membangun Kemitraan*. Banjarbaru
- Ford, J. R. 2020. *Why You Need Digital Marketing Agency for Small Business*. Digital Marketing Guru.
- Kriyantono, R. 2013. *Manajemen Periklanan: Teori dan Praktik*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Sumarwan, Ujang. 2015. *Pemasaran Strategik*. Bogor: PT Penerbit IPB Press
- Venkataraman, K. 2017. *B2B Marketing*. Notion Press.
- Wijaya, Andy., Naseh, Ahsanun., dkk. 2022. *The Art of Digital Marketing: Strategi Pemasaran Generasi Milenial*. Jawa Barat: Penerbit Media Sains Indonesia.
- Yuniastuti, E. 2020. *Pola Kerja Kemitraan di Era Digital*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Jurnal:

- Dwityas, N. A., Fadli, K., Aprilia, F., & Briandana, R. 2021. Peran Dan Aktivitas Komunikasi Divisi Account Executive Pada Digital Agency. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 5(2), 188-202. ISSN. 2527-8673 E-ISSN. 2615.6725.
- Hughes, T., & Vafeas, M. 2019. Marketing Agency/Client Service-For-Service Provision in an Age of Digital Transformation. *Journal of Business-to-BusinessMarketing*, 26(3-4), 265-280.  
<https://doi.org/10.1080/1051712X.2019.1611080>



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Stole, I. L. 2013. The fight against critics and the discovery of “spin”: American advertising in the 1930s and 1940s. *The Routledge Companion to Advertising and Promotional Culture*, 39–52. <https://doi.org/10.4324/9780203071434-13>

### Artikel:

Administrator. 2020. *Definisi B2B dan B2C Yang Wajib Anda Ketahui*. (<https://www.asuransibintang.com/id/artikel/14/definisi-b2b-dan-b2c-yang-wajib-anda-ketahui> diakses 30 Juni 2022).

Arti kata mitra - Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online. (<https://kbbi.web.id/mitra/> diakses 10 April 2022).

Aruman. 2015. *Paradigma Baru Hubungan Klien-Agensi - MIX Marcomm*. (<http://mix.co.id/marcomm/brand-communication/advertising/paradigma-baru-hubungan-klien-agensi/> diakses 15 April 2022)

Laruan. 2021. *Mengenal Lebih Dekat Digital Marketing Agency | Kredit Pintar*. (<https://www.kreditpintar.com/education/marketing-agency> diakses 9 April 2022)

Murray. 2020. *Business Partnership: What Is It?*. (<https://www.thebalancesmb.com/what-is-a-business-partnership-398402> diakses 9 April 2022).

PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA NOMOR 17 TAHUN 2013. ([www.hukumonline.com](http://www.hukumonline.com) diakses 10 April 2022)

Pradana. 2020. *Apa itu Digital Agency? - Ngalup Collaborative Network*. (<https://ngalup.co/digitalagency/apa-itu-digital-agency/> diakses 9 April 2022)



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## LAMPIRAN

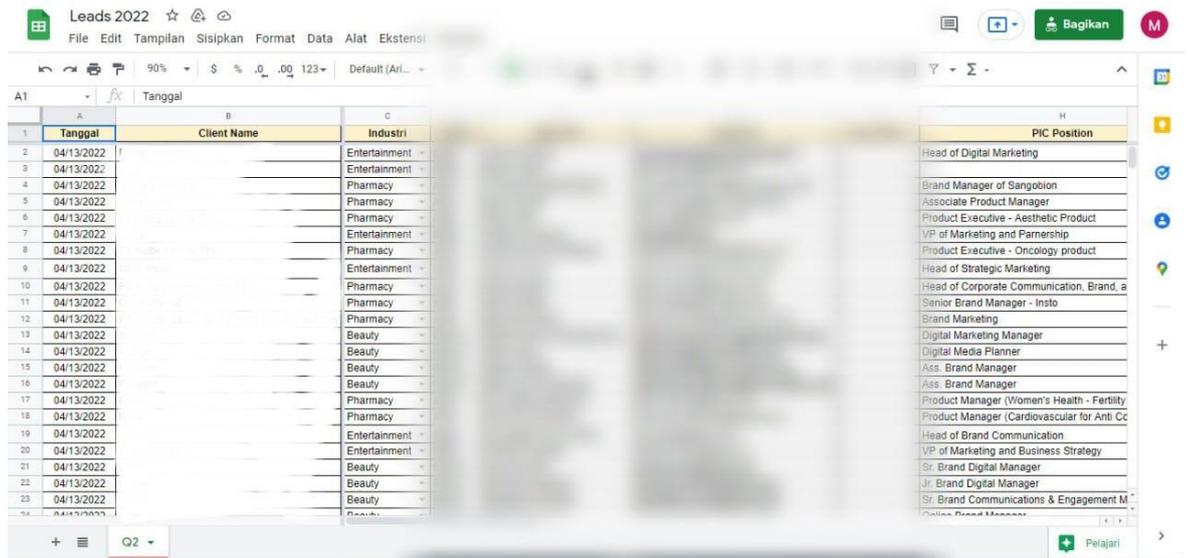
### Lampiran 1 Daftar Pertanyaan Wawancara

1. Bagaimana tahapan dalam mengerjakan project dari awal hingga reporting?
2. Bagaimana pembagian target pasar dari perusahaan?
3. Adakah kegiatan promosi untuk membranding perusahaan?
4. Masalah/kendala yang pernah dihadapi saat mengerjakan project klien dan solusinya?
5. Untuk tim *business development* ini bekerjasama dengan divisi apa saja?



POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA

## Lampiran 2 Contoh Penulisan Daftar Klien



A1	Tanggal	Client Name	Industri	PIC Position
2	04/13/2022		Entertainment	Head of Digital Marketing
3	04/13/2022		Entertainment	Brand Manager of Sangobion
4	04/13/2022		Pharmacy	Associate Product Manager
5	04/13/2022		Pharmacy	Product Executive - Aesthetic Product
6	04/13/2022		Pharmacy	VP of Marketing and Partnership
7	04/13/2022		Entertainment	Product Executive - Oncology product
8	04/13/2022		Pharmacy	Head of Strategic Marketing
9	04/13/2022		Entertainment	Head of Corporate Communication, Brand, a
10	04/13/2022		Pharmacy	Senior Brand Manager - Insto
11	04/13/2022		Pharmacy	Brand Marketing
12	04/13/2022		Beauty	Digital Marketing Manager
13	04/13/2022		Beauty	Digital Media Planner
14	04/13/2022		Beauty	Ass. Brand Manager
15	04/13/2022		Beauty	Ass. Brand Manager
16	04/13/2022		Beauty	Product Manager (Women's Health - Fertility
17	04/13/2022		Pharmacy	Product Manager (Cardiovascular for Anti Cc
18	04/13/2022		Pharmacy	Head of Brand Communication
19	04/13/2022		Entertainment	VP of Marketing and Business Strategy
20	04/13/2022		Entertainment	Sr. Brand Digital Manager
21	04/13/2022		Beauty	Jr. Brand Digital Manager
22	04/13/2022		Beauty	Sr. Brand Communications & Engagement M
23	04/13/2022		Beauty	
24	04/13/2022		Beauty	

Sumber: PT Virus Media Investara, 2022

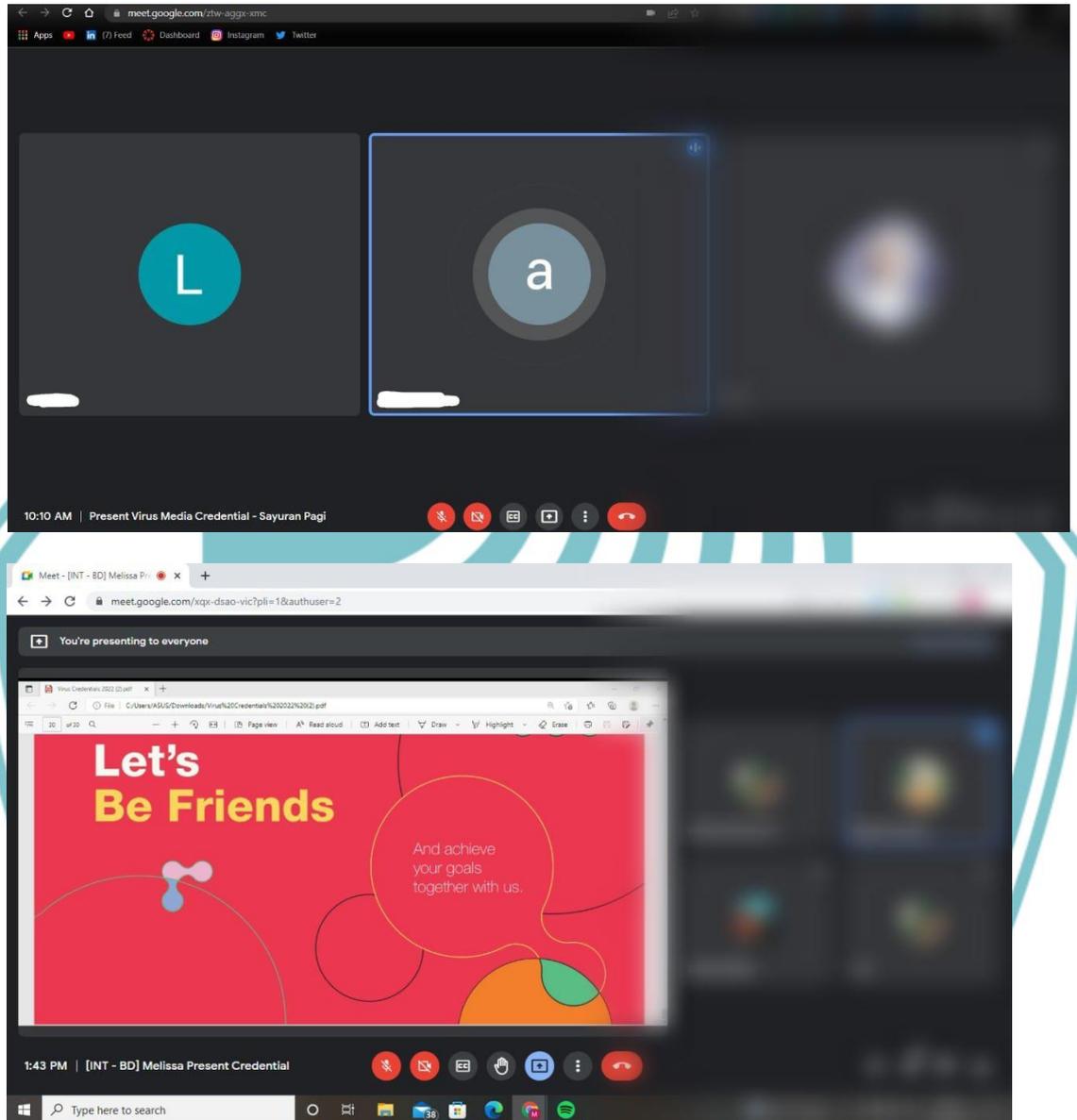


## Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA

Lampiran 3 Presentasi *Credentials* Kepada Klien

Sumber: PT Virus Media Investara, 2022



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## Lampiran 4 Kartu Nama



Sumber: PT Virus Media Investara, 2022

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**



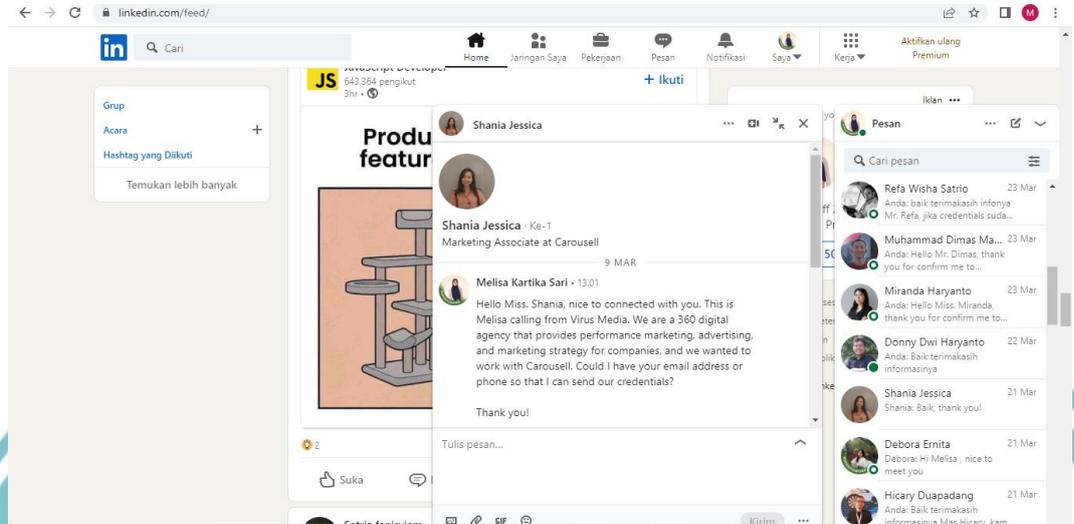
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## Lampiran 5

## Pencarian kontak calon klien melalui LinkedIn



Sumber: PT Virus Media Investara, 2022

POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## Lampiran 6 Contoh Proyek

Iklan pada halaman aplikasi Grab mempromosikan film “THE BATMAN” yang disponsori oleh Warner Bros Indonesia



Sumber: PT Virus Media Investara, 2022

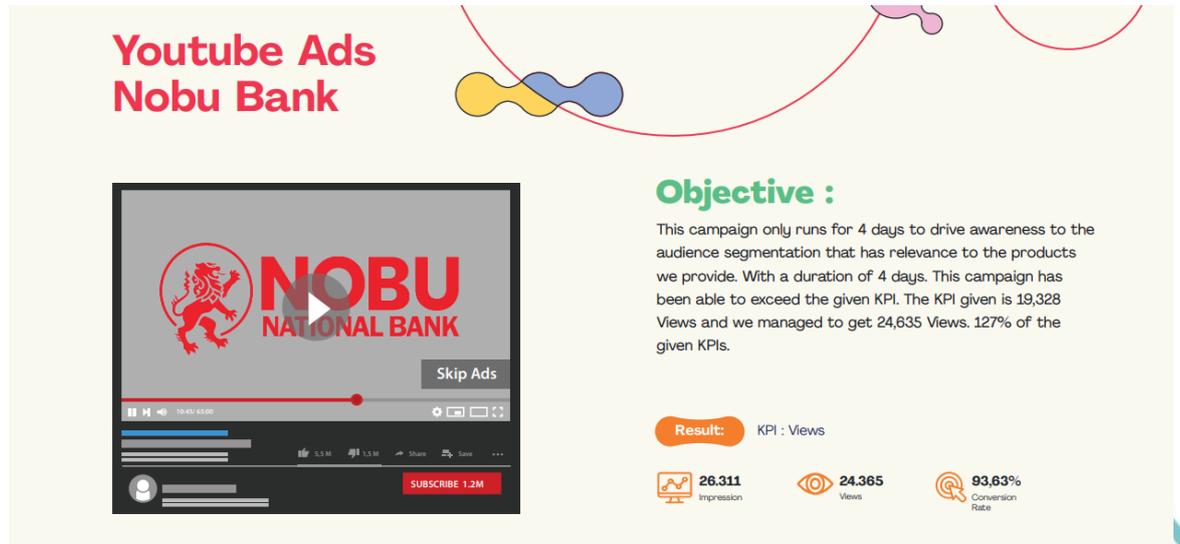


## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## Lampiran 7 Contoh Laporan Hasil Proyek



Sumber: PT Virus Media Investara, 2022

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**



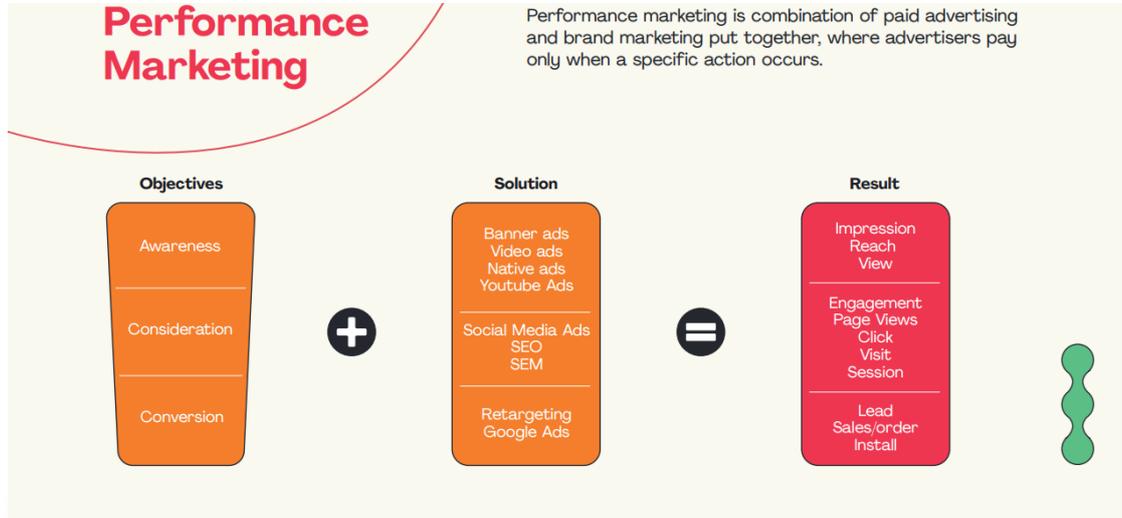
**Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta**

**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## Lampiran 8

## Objektif yang bisa dicapai berdasarkan jasa



Sumber: PT Virus Media Investara, 2022



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA