

**LAPORAN TUGAS AKHIR**

**STRATEGI OPTIMASI *CAMPAIGN* 501 150<sup>TH</sup> DI *FACEBOOK ADS*  
TERHADAP PENINGKATAN *IMPRESSIONS BRAND* LEVI'S 2023**

**Diajukan sebagai salah satu persyaratan**

**Untuk memperoleh gelar Ahli Madya**



**Disusun oleh:**

**MUHAMMAD ALFIAN DARMAWAN**

**NIM: 20330088**

**PROGRAM STUDI PERIKLANAN**

**JURUSAN PENERBITAN**

**POLITEKNIK NEGERI MEDIA KREATIF**

**JAKARTA**

**2023**

## LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Strategi Optimasi *Campaign* 501 150<sup>th</sup> Di  
*Facebook Ads* Terhadap Peningkatan  
*Impressions Brand Levi's* 2023  
Penulis : Muhammad Alfian Darmawan  
NIM : 20330088  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan

Tugas Akhir ini telah dipertanggungjawabkan di hadapan Tim Penguji Tugas Akhir di Kampus Politeknik Negeri Media Kreatif pada hari Kamis, tanggal 27 Juli 2023

Disahkan oleh  
Ketua Penguji,



**Zaenab, SS., M.Si**  
NIP. 199211132019032025

Anggota 1



**Omar Yusuf, M.M**  
NUPN. 9900979905

Anggota 2



**Dyama Khazim Setyadi, S.E., M.I.Kom**  
NIP. 199005232019031012

Mengetahui  
Ketua Jurusan Penerbitan



**Dr. Erlan Saefuddin, M.Hum**  
NIP. 197508072009121001

## LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Strategi Optimasi *Campaign* 501 150<sup>th</sup> Di  
*Facebook Ads* Terhadap Peningkatan  
*Impressions Brand Levi's* 2023  
Penulis : Muhammad Alfian Darmawan  
NIM : 20330088  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan

Tugas akhir ini telah diperiksa dan disetujui untuk disidangkan.  
Ditandatangani di Jakarta, 21 Juli 2023

Pembimbing 1



**Dyama Khazim Setyadi, S.E., M.I.Kom**  
NIP. 199005232019031012

Pembimbing 2



**Firda Nida Fauziyyah, S.I.Kom.**

Mengetahui  
Koordinator Program Studi Periklanan



**Zaenab, SS., M.Si**  
NIP. 199211132019032025

## PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Alfian Darmawan  
NIM : 20330088  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan  
Tahun Akademik : 2020

Dengan ini saya menyatakan bahwa Tugas Akhir saya dengan judul “Strategi Optimasi *Campaign* 501 150<sup>th</sup> Di *Facebook Ads* Terhadap Peningkatan *Impressions Brand Levi’s 2023*” **adalah original, belum pernah dibuat oleh pihak lain, dan bebas dari plagiarisme.**

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini. Saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sungguh-sungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 21 Juli 2023

Yang menyatakan



**Muhammad Alfian Darmawan**  
**NIM. 20330088**

## PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai *civitas academica* Politeknik Negeri Media Kreatif, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Alfian Darmawan  
NIM : 20330088  
Program Studi : Periklanan  
Jurusan : Penerbitan  
Tahun Akademik : 2020

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Media Kreatif **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-fee Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Strategi Optimasi *Campaign* 501 150<sup>th</sup> Di *Facebook Ads* Terhadap Peningkatan *Impressions Brand Levi's* 2023. Beserta perangkat yang ada.

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Politeknik Negeri Media Kreatif berhak menyimpan, mengalih-media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai Pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 21 Juli 2023

Yang menyatakan



**Muhammad Alfian Darmawan**

**NIM. 20330088**

## ABSTRAK

Judul Tugas Akhir	: Strategi Optimasi <i>Campaign 501 150<sup>th</sup> Di Facebook Ads</i> Terhadap Peningkatan <i>Impressions Brand Levi's 2023</i>
Penulis	: Muhammad Alfian Darmawan
NIM	: 20330088
Program Studi	: Periklanan
Pembimbing I	: Dyama Khazim Setyadi, S.E., M.I.Kom
Pembimbing II	: Firda Nida Fauziyyah, S.I.Kom.

*Levi's is actively marketing its brand and products digitally through ad platforms, including Facebook Ads, to remain competitive in the growing Southeast Asian clothing market amidst increasing competition. This is in line with the development of the digital advertising industry, which encourages businesses to focus on digital marketing for their brand and products. However, advertisers and businesses sometimes struggle to achieve their key performance indicators (KPI) in Advertising. Dentsu Indonesia, especially iProspect, is one of the agencies that handles Levi's digital marketing performance. The purpose of this final project is to analyze the 501 150th campaign optimization strategy on Facebook Ads to increase Levi's brand impressions in 2023 in achieving KPI targets using observational data collection methods, literature studies, and internet data searches. The results of this research will provide an overview of Levi's existence towards audience trends in 2023 and how effective is Levi's Advertising strategy as a reference for advertisers or business people in Advertising effectively so as to provide benefits.*

**Keywords:** *Levi's, Optimization Strategy, Facebook Ads, Increasing Impressions*

Levi's hingga saat ini aktif memasarkan merek dan produknya secara digital melalui *platform ads*, termasuk *Facebook Ads* untuk tetap bersaing dengan banyaknya kompetitor baru di pasar pakaian Asia Tenggara. Hal tersebut diikuti dengan perkembangan industri periklanan digital yang mendorong bisnis untuk fokus pada pemasaran merek dan produknya secara digital. Terkadang, dalam beriklan *advertiser* atau pebisnis masih belum bisa mencapai target KPI. Dentsu Indonesia, khususnya iProspect adalah salah satu agensi yang menangani performa digital *marketing* Levi's. Tugas akhir ini bertujuan untuk menganalisis strategi optimasi *campaign 501 150<sup>th</sup> di Facebook Ads* terhadap peningkatan *impressions brand* Levi's di tahun 2023 dalam mencapai target KPI dengan metode pengumpulan data observasi, studi pustaka, dan penelusuran data internet. Hasil dari riset ini akan memberikan gambaran eksistensi Levi's terhadap tren audiens di tahun 2023 dan seberapa efektifnya strategi periklanan Levi's sebagai referensi para *advertiser* atau pebisnis dalam beriklan secara efektif sehingga memberikan keuntungan.

**Kata Kunci:** *Levi's, Strategi Optimasi, Facebook Ads, Peningkatan Impressions*

## PRAKATA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberi kekuatan, kemampuan, dan kesabaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Laporan Tugas Akhir dengan baik. Tujuan penulisan Tugas Akhir adalah memenuhi salah satu persyaratan bagi mahasiswa untuk dapat menyelesaikan pendidikan Diploma-3/Sarjana Terapan Program Studi Periklanan di Politeknik Negeri Media Kreatif.

Dalam tugas akhir ini, penulis berperan sebagai *Biddable Media* di iProspect, Dentsu Indonesia dengan menangani *brand* Levi's. Berdasarkan karya tersebut, penulis menyusun Laporan Tugas Akhir berjudul “Strategi Optimasi Campaign 501 150<sup>th</sup> Di Facebook Ads Terhadap Peningkatan Impressions Brand Levi's 2023”.

Laporan Tugas Akhir ini tidak akan selesai dengan baik tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari orang-orang yang berada di sekitar penulis. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Dr.Tipri Rose Kartika, M.M selaku Direktur Politeknik Negeri Media Kreatif, Jakarta.
2. Nova Darmanto, M.Si., selaku Wakil Direktur Bidang Akademik.
3. Dr.Erlan Saefuddin, M.Hum selaku ketua Jurusan Penerbitan.
4. R. Sulistyو Wibowo, M.Sn selaku Sekretaris Jurusan Penerbitan.
5. Zaenab, SS., M.Si selaku Koordinator Prodi Periklanan.
6. Dyama Khazim Setyadi, S.E., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing I Praktik Industri yang telah memberi kritik & saran dalam membantu dalam penyusunan laporan.
7. Firda Nida Fauziyyah selaku Dosen Pembimbing II Tugas Akhir yang telah memberi kritik & saran dalam membantu dalam penyusunan laporan.
8. Baskoro Edwin Joviantomo selaku Kepala Divisi *Biddable Media* di Dentsu Indonesia yang membantu dalam koordinator dan membimbing dalam Praktik Industri.

9. William Antonius selaku Kepala Divisi *Search Engine Optimization* di Dentsu Indonesia yang membantu dalam koordinator dan membimbing dalam Praktik Industri.
10. Mita Juliani dan Afito Saleh selaku Pembimbing & *Line Manager* divisi *Biddable Media* serta *Search Engine Optimization* yang banyak memberikan bekal ilmu dan mendorong penulis untuk terus belajar.
11. Chaya Annisa, Muhammad Ihsan, Jessica Novia Alianto, Tassia Ninski, Astor Riyanto & Maximillian Edmund selaku *partner* kerja serta pendamping di Dentsu Indonesia yang telah mendampingi dalam menyelesaikan pekerjaan.
12. Seluruh teman-teman iProspect - Dentsu Indonesia di berbagai divisi dan jabatan yang telah memberikan kesempatan besar dan berbagai banyak ilmu serta pelatihan dalam kegiatan Praktik Industri.
13. Kedua orang tua dan keluarga yang telah memberikan dukungan doa, semangat dan motivasi dalam pengerjaan Laporan Praktik Industri ini.
14. Dosen dan para tenaga kependidikan Politeknik Negeri Media Kreatif yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama menempuh pendidikan di kampus.
15. Teman-teman angkatan 2020 yang telah bekerja sama dan saling memberikan dukungan dalam dari awal masuk kuliah hingga penyusunan Laporan Praktik Industri saat ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam tugas akhir ini. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun untuk tugas akhir ini.

Jakarta, 15 Juli 2023

Yang menyatakan



**Muhammad Alfian Darmawan**  
**NIM. 20330088**



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORIGINALITAS TUGAS AKHIR DAN BEBAS PLAGIARISME</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah .....	8
E. Tujuan Penelitian .....	8
F. Manfaat Penelitian.....	9
1. Manfaat bagi Penulis.....	9
2. Manfaat bagi Politeknik Negeri Media Kreatif.....	9
3. Manfaat bagi Masyarakat.....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
A. Periklanan.....	10
1. Definisi Periklanan.....	10
2. Manfaat Periklanan .....	10
3. Jenis-Jenis Periklanan .....	12
4. Unsur Manajemen Periklanan .....	13
B. Campaign.....	16
1. Definisi <i>Campaign</i> .....	16

2. Manfaat <i>Campaign</i> .....	17
3. Jenis-Jenis <i>Campaign</i> .....	19
C. Model SOSTAC.....	21
1. <i>Situation Analysis</i> .....	22
2. <i>Objective</i> .....	22
3. <i>Strategy</i> .....	23
4. <i>Tactic</i> .....	23
5. <i>Action</i> . .....	23
6. <i>Control</i> .....	24
D. SWOT.....	24
1. <i>Strengths</i> (Kekuatan) .....	25
2. <i>Weakness</i> (Kelemahan).....	26
3. <i>Opportunities</i> (Peluang) .....	26
4. <i>Threats</i> (Ancaman).....	27
E. Strategi STP.....	27
1. <i>Segmenting</i> .....	27
2. <i>Targeting</i> .....	28
3. <i>Positioning</i> .....	28
F. Model AISAS .....	29
1. <i>Attention</i> (Perhatian) .....	29
2. <i>Interest</i> (Ketertarikan) .....	30
3. <i>Search</i> (Pencarian).....	30
4. <i>Action</i> (Tindakan).....	31
5. <i>Share</i> (Berbagi) .....	31
G. Pemasaran Digital .....	32
1. <i>Social Media Marketing</i> .....	33
2. <i>Facebook Ads</i> .....	33
3. <i>Search Engine Marketing (SEM)</i> .....	40
4. <i>Search Engine Optimization (SEO)</i> .....	40
5. <i>Email Marketing</i> .....	41
H. Konten Digital.....	41

<b>BAB III METODE PELAKSANAAN</b> .....	43
A. Data Penulisan.....	43
1. Gambaran Umum Perusahaan.....	43
2. Profil Perusahaan.....	44
3. Denah Lokasi Perusahaan.....	45
4. Logo Perusahaan.....	45
5. Visi dan Misi Perusahaan.....	46
6. Struktur Organisasi.....	47
7. Karir Perusahaan.....	49
8. Layanan Perusahaan.....	50
9. Klien Perusahaan.....	51
B. Teknik Pengumpulan Data.....	51
1. Observasi.....	51
2. Studi Pustaka.....	52
3. Penelusuran Data Internet.....	52
C. Ruang Lingkup.....	53
1. Peran Penulis.....	53
2. Waktu dan Kegiatan.....	53
3. Kategori Karya.....	53
4. Ide Kreatif.....	55
D. Langkah Kerja.....	56
1. <i>Pra</i> Produksi.....	56
2. Produksi.....	57
3. <i>Pasca</i> Produksi.....	58
E. KPI.....	59
F. <i>Timeline</i> .....	59
<b>BAB IV PEMBAHASAN</b> .....	60
A. Gambaran Umum Pekerjaan.....	60
1. Iklan Levi's.....	61
2. <i>Campaign</i> Iklan Levi's.....	63
3. Contoh Implementasi <i>Campaign</i> Levi's.....	68

4. Kompetitor .....	68
5. Alur Pekerjaan.....	70
a. <i>Pra</i> Produksi.....	70
b. Produksi .....	71
c. <i>Pasca</i> Produksi .....	80
B. Analisis SOSTAC <i>Campaign</i> 501 150 <sup>th</sup> Levi's .....	81
1. <i>Situation Analysis</i> .....	82
2. <i>Objective</i> .....	101
3. <i>Strategy</i> .....	101
4. <i>Tactic</i> .....	104
5. <i>Action</i> .....	106
6. <i>Control</i> .....	106
C. Analisis AISAS <i>Campaign</i> 501 150 <sup>th</sup> Levi's.....	107
1. <i>Attention</i> .....	108
2. <i>Interest</i> .....	113
3. <i>Search</i> .....	113
4. <i>Action</i> .....	114
5. <i>Share</i> .....	115
D. Analisis Fitur <i>Facebook Ads Campaign</i> 501 150 <sup>th</sup> Levi's.....	117
E. Hasil Pekerjaan .....	119
F. Komparasi Praktik dengan Teori.....	121
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	123
A. Simpulan.....	123
B. Saran .....	124
1. Saran Bagi Mahasiswa/i Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta.....	124
2. Saran Bagi Politeknik Negeri Media Kreatif Jakarta .....	125
3. Saran Bagi <i>Advertiser</i> .....	125
4. Saran Bagi Perusahaan .....	126
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	127
<b>LAMPIRAN</b> .....	131

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pertumbuhan Industri Tekstil.....	1
Gambar 1.2 Citayam <i>Fashion Week</i> .....	2
Gambar 1.3 Data Pengguna Internet.....	3
Gambar 1.4 Logo Levi's .....	5
Gambar 1.5 Data Penjualan Global Levi's.....	6
Gambar 2.1 Keputusan Periklanan.....	13
Gambar 2.2 Gambar Struktur SOSTAC.....	21
Gambar 2.3 Gambar Ilustrasi SWOT.....	24
Gambar 2.4 Susunan AISAS .....	29
Gambar 2.5 Struktur Facebook Ads.....	34
Gambar 2.6 Contoh Penerapan SEM .....	40
Gambar 2.7 Contoh Penerapan SEO.....	41
Gambar 3.1 Denah Lokasi Dentsu Indonesia.....	45
Gambar 3.2 Logo Dentsu .....	45
Gambar 3.3 Logo iProspect .....	45
Gambar 3.4 Struktur Organisasi Dentsu Indonesia.....	47
Gambar 3.5 Struktur Organisasi iProspect.....	48
Gambar 3.6 Struktur Divisi <i>Biddable Media</i> .....	49
Gambar 3.7 Data Karir Dentsu Indonesia .....	49
Gambar 3.8 Klien Dentsu Indonesia .....	51
Gambar 3.9 Diagram Langkah Kerja.....	56
Gambar 4.1 Logo Levi's.....	60
Gambar 4.2 Format <i>Facebook Feed</i> Levi's.....	68
Gambar 4.3 Data Akun Facebook Levi's .....	70
Gambar 4.4 Pengelola Data <i>Dashboard Facebook Ads</i> .....	71
Gambar 4.5 <i>Campaign Objective</i> .....	72
Gambar 4.6 <i>Advantage Campaign Budget</i> .....	73
Gambar 4.7 <i>Facebook Page</i> .....	73

Gambar 4.8 <i>Budget dan Schedule</i> .....	74
Gambar 4.9 Target Audiens.....	75
Gambar 4.10 <i>Placement</i> .....	76
Gambar 4.11 <i>Optimization dan Delivery</i> .....	77
Gambar 4.12 Identitas Akun .....	77
Gambar 4.13 Format Visual Iklan.....	78
Gambar 4.14 <i>Link Website</i> .....	78
Gambar 4.15 <i>Meta Pixel</i> .....	79
Gambar 4.16 <i>Preview Tampilan Iklan</i> .....	79
Gambar 4.17 <i>Data Reporting Campaign Iklan Levi's</i> .....	80
Gambar 4.18 <i>Meeting Evaluasi</i> .....	81
Gambar 4.19 <i>Data Market Brand Apparel 2023</i> .....	83
Gambar 4.20 <i>Data Demografi Campaign 501 150<sup>th</sup></i> .....	85
Gambar 4.21 <i>Data Dekstop Audiens Campaign 501 150<sup>th</sup></i> .....	86
Gambar 4.22 <i>Data Mobile Audiens Campaign 501 150<sup>th</sup></i> .....	87
Gambar 4.23 <i>Kuis Sustainability Levi's</i> .....	88
Gambar 4.24 <i>Postingan Konsumen Levi's</i> .....	88
Gambar 4.25 <i>Lanskap Kanal Digital Campaign 501 150<sup>th</sup></i> .....	89
Gambar 4.26 <i>Data Peringkat Brand Apparel</i> .....	95
Gambar 4.27 <i>Data Total Pengunjung Brand Apparel</i> .....	95
Gambar 4.28 <i>Data Distribusi Perangkat Brand Apparel</i> .....	96
Gambar 4.29 <i>Data Geografi Brand Apparel</i> .....	96
Gambar 4.30 <i>Data Channel Brand Apparel</i> .....	97
Gambar 4.31 <i>Data Channel Persentase Tertinggi Brand Apparel</i> .....	98
Gambar 4.32 <i>Data Social Traffic Brand Apparel</i> .....	98
Gambar 4.33 <i>Traffic Facebook Ads</i> .....	100
Gambar 4.34 <i>Kalender Campaign 501 150<sup>th</sup></i> .....	106
Gambar 4.35 <i>Creative Campaign 501 150<sup>th</sup></i> .....	114
Gambar 4.36 <i>Creative Campaign 501 150<sup>th</sup></i> .....	114
Gambar 4.37 <i>Menu Register Website Levi's</i> .....	115
Gambar 4.38 <i>Seseorang Membagikan Pengalaman di Store Levi's</i> .....	116

Gambar 4.39 Fitur <i>Share</i> di Facebook .....	116
Gambar 4.40 <i>Retargeting</i> Audiens <i>Facebook Ads</i> Levi's .....	117
Gambar 4.41 Hasil Pertama Implementasi <i>Campaign</i> 501 150 <sup>th</sup> .....	119
Gambar 4.42 Hasil Kedua Implementasi <i>Campaign</i> 501 150 <sup>th</sup> .....	120
Gambar 4.43 Data <i>Reporting Campaign</i> 501 150 <sup>th</sup> .....	120

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 <i>Key Performance Indicator</i> .....	59
Tabel 3.2 <i>Timeline</i> Pekerjaan Praktik Industri .....	59
Tabel 4.1 Jenis Iklan <i>Offline</i> dan <i>Online</i> Levi's .....	61
Tabel 4.2 Daftar <i>Campaign Facebook Ads</i> Levi's.....	64
Tabel 4.3 Data <i>Campaign</i> 501 150 <sup>th</sup> .....	65
Tabel 4.4 Data <i>Campaign</i> EOSS .....	65
Tabel 4.5 Data <i>Campaign</i> LNY .....	67
Tabel 4.6 Deskripsi <i>Brand</i> Kompetitor Levi's.....	69
Tabel 4.7 Analisis SOSTAC <i>Campaign</i> 501 150 <sup>th</sup> .....	81
Tabel 4.8 Harga Levi's dan <i>Brand</i> Kompetitor .....	84
Tabel 4.9 Analisis SWOT <i>Campaign</i> 501 150 <sup>th</sup> .....	90
Tabel 4.10 Data <i>Budget Campaign</i> 501 150 <sup>th</sup> .....	92
Tabel 4.11 Data Komparasi <i>Website</i> .....	94
Tabel 4.12 Analisis STP <i>Campaign</i> 501 150 <sup>th</sup> .....	101
Tabel 4.13 Analisis Segmentasi <i>Campaign</i> 501 150 <sup>th</sup> Levi's .....	102
Tabel 4.14 Analisis AISAS <i>Campaign</i> 501 150 <sup>th</sup> .....	107
Tabel 4.15 Data <i>Ad Kreatif Campaign</i> 501 150 <sup>th</sup> .....	108
Tabel 4.16 Deskripsi Analisa Video Iklan <i>Campaign</i> 501 150 <sup>th</sup> .....	110
Tabel 4.17 Komparasi <i>Jobdesk Digital Marketer</i> .....	121
Tabel L1.1 Pendidikan Formal .....	132
Tabel L1.2 Pengalaman Pekerjaan .....	132



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata Mahasiswa.....	131
Lampiran 2 Lembar Pembimbing I Tugas Akhir .....	133
Lampiran 3 Lembar Pembimbing II Tugas Akhir .....	135
Lampiran 4 Bukti Pekerjaan Secara Utuh.....	137
Lampiran 5 Surat Permohonan Praktik Industri.....	139
Lampiran 6 Surat Keterangan Praktik Industri .....	140
Lampiran 7 Dokumentasi Kegiatan Praktik Industri .....	141
Lampiran 8 Dokumentasi Foto Kegiatan Terkait Tugas Akhir .....	142