

ABSTRAK

Farhan Faturahman (2021081054)

ANALISIS KAMPANYE DIGITAL MENGGUNAKAN DIGITAL AD RATINGS DI NIELSEN MEDIA INDONESIA

Persaingan industri yang semakin sulit dengan adanya pandemic Covid-19 menyebabkan perusahaan membutuhkan satu inovasi terutama dalam melakukan digitalisasi bisnis. Untuk mewujudkan tujuan tersebut tentu perlu sumber daya manusia yang kompeten. Dengan bekal pembelajaran yang telah dipelajari selama masa perkuliahan program studi Sistem Informasi di Universitas Pembangunan Jaya, Praktikan menjalankan Kerja Profesi dengan maksud untuk menerapkan pengetahuan yang didapat dalam perkuliahan khususnya terkait dengan mata kuliah *E-commerce*. Praktikan menjalankan Kerja Profesi selama 2 bulan 3 minggu dari mulai tanggal 14 Juni 2021 hingga tanggal 31 Agustus 2021.

Dalam menjalankan kegiatan Kerja Profesi di Nielsen Media Indonesia ini, Praktikan memiliki salah satu tugas yaitu membuat laporan analisis kampanye digital yang diukur oleh Digital Ad Ratings. Pembuatan laporan ini bertujuan untuk menginformasikan secara lugas terkait hasil akhir dari suatu iklan dari sisi demografi pemirsa, ketepatan pemirsa, jumlah tayangan, dan lainnya. Proses pembuatan laporan ini meliputi (1) mengunduh data *campaign* Digital Ad Ratings, (2) melakukan analisis menggunakan Ms. Excel, (3) memasukkan hasil analisis ke dalam bentuk PPT, (4) mengirimkan berkas laporan kepada tim internal, (5) melakukan perbaikan laporan berdasarkan masukan dari tim internal, (6) melakukan konversi file dari PPT ke dalam bentuk PDF, (7) mengirimkan file dalam bentuk PDF kepada klien.

Dengan begitu, dapat disimpulkan bahwa kegiatan Praktikan selama menjalani Kerja Profesi berkaitan erat dengan mata kuliah yang dipelajari di perkuliahan khususnya dalam mata kuliah *E-commerce*. Praktikan mendapatkan banyak tambahan ilmu khususnya mengenai analisis data.

Kata kunci: Nielsen Media, Data Analisis, Digital Ad Ratings