

PENGELOLAAN KONTEN MEDIA SOSIAL
DALAM *DIGITAL MARKETING COMMUNICATION*
PERUSAHAAN IDEMU BY VIVERE



LAPORAN MAGANG

Nathania Debora Sitohang

00000033546

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI STRATEGIS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2021**

PENGELOLAAN KONTEN MEDIA SOSIAL
DALAM *DIGITAL MARKETING COMMUNICATION*
PERUSAHAAN IDEMU BY VIVERE



LAPORAN MAGANG

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Nathania Debora Sitohang

00000033546

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI STRATEGIS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2021

**LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT
DALAM PENYUSUNAN LAPORAN KERJA MAGANG**

Dengan ini saya,

Nama : Nathania Debora Sitohang
NIM : 00000033546
Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan magang Disertasi dengan judul:

“Pengelolaan Konten Media Sosial Dalam *Digital Marketing Communication* Perusahaan Idemu by VIVERE” merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan magang maupun dalam penulisan laporan magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan magang yang telah saya tempuh.

Jakarta, 17 November 2021

UMN



Nathania Debora Sitohang

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**“Pengelolaan Konten Media Sosial Dalam *Digital Marketing Communication*
Perusahaan Idemu by VIVERE”**

Oleh

Nama : Nathania Debora Sitohang

NIM : 00000033546

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 03/01/2022

Pukul 13.00 s/d 14.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Dian Nuranindya, S.E., M.Si.

0314128502

Penguji



Dr. Adde Oriza Rio, S.Sos., M.Si.

0302038601

Pembimbing



Dian Nuranindya, S.E., M.Si.

0314128502

Ketua Program Studi Komunikasi Strategis



Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si.

030811706

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai aktivitas akademik Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Nathania Debora Sitohang
NIM : 00000033546
Program Studi : Komunikasi Strategis
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Laporan Magang

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengelolaan Konten Media Sosial Dalam *Digital Marketing Communication* Perusahaan Idemu by VIVERE

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalih media / format-kan, 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 sebenarnya.

Jakarta, 18 Desember 2021

Yang menyatakan,



Nathania Debora Sitohang

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas karunia dan rahmat- Nya, saya dapat menyelesaikan proses kerja magang serta laporan kerja magang dengan judul Pengelolaan Konten Media Sosial Dalam *Digital Marketing Communication* Perusahaan Idemu by VIVERE.

Berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Andrey Andoko, M.Sc, selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Dian Nuranindya S.E., M.Si. selaku Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan motivasi bagi penulis Ketika menyusun laporan kerja magang ini hingga selesai.
5. Bapak William Simadi selaku pimpinan perusahaan Idemu by VIVERE yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk melakukan praktek kerja magang di Perusahaan Idemu by VIVERE.
6. Bapak Ian Syarief selaku *Head of Marketing* IDEMU dan Ibu Gabriella Rustandar selaku *Digital Marketing Specialist* yang telah membantu penulis menjalankan praktek kerja magang di Perusahaan Idemu by VIVERE
7. Mama, Papa, Tasya dan Timo sebagai keluarga yang selalu mendoakan, mendukung dan membantu secara fisik maupun mental hingga laporan kerja magang dapat selesai.
8. Agnes, Pasca, Fianka, Stephanie, Virly, Regina sebagai teman berkuliah sejak semester 1 hingga saat ini dan selalu membantu serta mendukung jika penulis sedang menghadapi kesulitan.

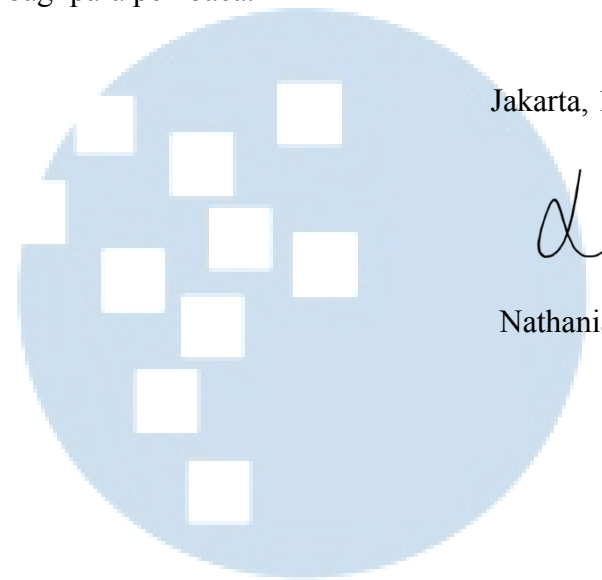
9. Angie, Michelle, Tifani, Hasan dan Paskah yang selalu mendoakan serta mendukung penulis secara fisik dan mental sehingga pengerjaan laporan dapat selesai dengan baik.

Semoga laporan magang ini bermanfaat, baik sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi, bagi para pembaca.

Jakarta, 18 Desember 2021



Nathania Debora Sitohang



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**PENGELOLAAN KONTEN MEDIA SOSIAL DALAM *DIGITAL*
MARKETING COMMUNICATION PERUSAHAAN IDEMU BY VIVERE**

Nathania Debora Sitohang

ABSTRAK

Usaha furnitur di Indonesia semakin berkembang dan bertambah banyak, salah satunya yang bergerak di bidang *custom furniture*. Jasa *custom furniture* mendesain furnitur yang sesuai dengan keinginan, tema serta model si pembeli. Bahkan pembeli juga boleh terjun dalam proses pembuatan furnitur tersebut. Idemu menjadi salah satu perusahaan *custom furniture* pertama dan memiliki pabrik di Indonesia. Adapun tujuan praktik kerja magang dilaksanakan untuk mempelajari aktivitas *digital marketing communication* pada perusahaan Idemu by VIVERE dengan melakukan pengalaman kerja serta menerapkan Ilmu Komunikasi yang telah dipelajari sebelumnya antara lain *Social Media Marketing, Content Management, Media Partnership*. Dengan cara menyusun strategi konten yang ingin dilakukan pada Instagram antara lain konten yang membantu dan inspiratif seperti tips dan trik, review desain *custom furniture* milik *customer* sebelumnya, serta meningkatkan strategi penjualan pada *e-commerce* seperti sering menyelenggarakan diskon toko.

Kata kunci : *Digital Marketing Communication, Content Management, e-commerce*



SOCIAL MEDIA CONTENT MANAGEMENT IN DIGITAL MARKETING COMMUNICATION IDEMU BY VIVERE COMPANY

Nathania Debora Sitohang

ABSTRACT

Furniture business in Indonesia is growing and increasing, one of which is engaged in custom furniture. Custom furniture services design furniture according to the wishes, themes and models of the buyer. Even buyers can also get involved in the process of making the furniture. Idemu became one of the first custom furniture companies and has a factory in Indonesia. The purpose of the internship is to learn about digital marketing communication activities at the Idemu by VIVERE company by doing work experience and applying the Communication Studies that have been studied previously, including Social Media Marketing, Content Management, Media Partnership. By devising a content strategy that you want to do on Instagram, including helpful and inspiring content such as tips and tricks, reviews of previous customer's custom furniture designs, and improving sales strategies in e-commerce such as frequently holding store discounts.

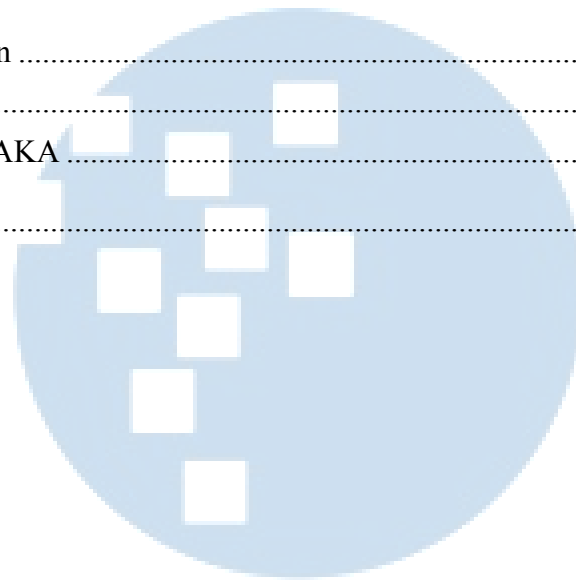
Keywords : Digital Marketing Communication, Content Management, e-commerce



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	1
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS TIDAK PLAGIAT	iii
HALAMAN PENGESAHAN MAGANG.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I	2
PENDAHULUAN	2
1.1 Latar Belakang	2
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Magang	6
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	6
BAB II.....	8
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	8
2.1 Profil Perusahaan	8
2.1.1 Visi dan Misi Perusahaan.....	9
2.2 Struktur Organisasi	10
2.3 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait.....	11
BAB III	14
PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....	14

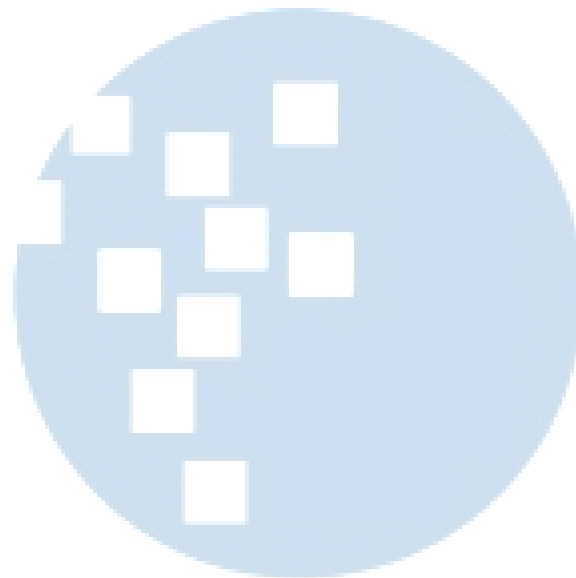
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	14
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	15
3.4 Kendala Selama Pelaksanaan Kerja Magang.....	30
3.5 Solusi Selama Pelaksanaan Kerja Magang	31
BAB IV	32
KESIMPULAN DAN SARAN.....	32
4.1 Kesimpulan	32
4.2 Saran.....	33
DAFTAR PUSTAKA	35
LAMPIRAN.....	38



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Struktur Organisasi VIVERE Group.....	10
Tabel 2.2 Struktur Organisasi Divisi Marketing IDEMU.....	10
Tabel 3.1 Timeline Aktivitas Magang.....	15



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Instagram di Indonesia.....	3
Gambar 1.2 Data Pengguna Instagram menurut Usia dan Jenis Kelamin	4
Gambar 1.3 Pengguna Media Sosial dalam Sehari	5
Gambar 2.1 Logo IDEMU.....	9
Gambar 3.1 Konten Tuesday Tips IDEMU.....	18
Gambar 3.2 Data Insight Instagram IDEMU	19
Gambar 3.3 Konten Reels Inspiratif IDEMU	20
Gambar 3.4 Konten Rumahmu IDEMU	21
Gambar 3.5 Konten Promo IDEMU	22
Gambar 3.6 Halaman Utama Tokopedia Seller IDEMU	24
Gambar 3.7 Kolom Chat Tokopedia IDEMU	24
Gambar 3.8 Halaman Utama Shopee Seller Centre IDEMU.....	25
Gambar 3.9 Kolom Chat Shopee IDEMU	25
Gambar 3.10 Halaman Utama Lazada Seller Center IDEMU	26
Gambar 3.11 Kolom Chat Lazada IDEMU	27
Gambar 3.12 List Media Partnership IDEMU Brand Festival 2021.....	28
Gambar 3.13 Approach Tenant Be&Er Dimsum.....	30

U M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A