

**PENYUSUNAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
PT SINAR PEREMPUAN INDONESIA**



**LAPORAN KERJA MAGANG**

**Andreas**

**00000030909**

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

**2022**

**PENYUSUNAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM  
PT SINAR PEREMPUAN INDONESIA**



**LAPORAN KERJA MAGANG**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk  
memperoleh Gelar Sarjana S. I. Kom

**Andreas**

**00000030909**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2022**

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan magang dengan judul

### PENYUSUNAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PT SINAR PEREMPUAN INDONESIA

Oleh

Nama : Andreas

NIM : 00000030909

Program Studi : Komunikasi Strategis

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 06 Januari 2022

Pukul 10.00 s/d 11.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut

Ketua Sidang

  
Asep Sutresna, M.A.  
NIDN: 0307126303

Penguji

  
Dr. Endah Murwani, M.Si  
NIDN: 0327066402

Pembimbing I

  
Asep Sutresna, M.A.

NIDN: 0307126303

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

  
Inco Harry Perdana, S.I.Kom., M.Si.  
NIDN: 0308117706

**LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN KERJA MAGANG**

**PENYUSUNAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM**

**PT SINAR PEREMPUAN INDONESIA**

Oleh

Nama : Andreas

NIM : 00000030909

Program Studi : Komunikasi Strategis

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian karya Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 16 Desember 2021

Pembimbing

Asep Sutresna, M.A.

NIDN: 0307126303

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

**UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA**

Inco Harry Perdana, S.Ikom, M.Si.

NIDN: 0308117706

## **Lembar Pernyataan Tidak Melakukan Plagiat Dalam Penyusunan Laporan Kerja Magang**

Dengan ini saya:

Nama : Andreas

Nomor Induk Mahasiswa **00000030909**

Program studi : Komunikasi Strategis

Menyatakan bahwa saya telah melaksanakan praktik kerja magang:

Nama Perusahaan : PT. Sinar Perempuan Indonesia

Divisi : Content Strategist

Alamat : Techpolitan, Gedung Cinema, unit L- 81-82 The Breeze BSD City, Jl. BSD Grand Boulevard, Sampora, Cisauk, Tangerang, Banten 15345

Periode magang : 17 September 2021 – 17 Desember 2021

Pembimbing lapangan : Zulfa Fauziah

Laporan kerja magang merupakan hasil karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan plagiat. Semua kutipan karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam laporan kerja magang ini telah saya sebutkan sumber kutipannya serta saya cantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan baik dalam pelaksanaan kerja magang maupun dalam penulisan laporan kerja magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan tidak lulus untuk mata kuliah kerja magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 16 Desember 2021



Andreas

# PENYUSUNAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

## PT SINAR PEREMPUAN INDONESIA

Andreas

### ABSTRAK

Berkembangnya internet serta teknologi komunikasi memunculkan media baru atau yang bisa disebut *new media*. Dalam perkembangan media baru tersebut dapat menimbulkan adanya kehadiran digital (*digital presence*) sebagai upaya pendekatan diri kepada *target market*, menjadikan *social management* salah satu layanan yang banyak dicari. Dalam proses praktik kerja magang, seorang *content strategist* memiliki kemampuan dan pengetahuan mengenai eksekusi pembuatan konten di berbagai konten yang ada dalam media sosial. Sehingga, proses praktik kerja magang dapat diperoleh secara langsung baik secara teoretis maupun praktik. Peran *content strategist* bertanggung jawab dalam seluruh pembuatan konten yang ada di media sosial Instagram @femaleinaction. Pembelajaran mengenai *copywriting* dan manajemen media sosial yang didapatkan menjadi hal baru dikarenakan peminatan yang diambil sesuai yaitu, *marketing communication*. Maka dari itu, selama melakukan praktik kerja magang, diperlukan banyak pembelajaran dari rekan kerja yang ada maupun pembimbing lapangan. Merujuk pada sebuah konsep yang digunakan, dalam praktik kerja magang ini juga terdapat beberapa kendala yang sering dialami, seperti konsep konsep yang digunakan tidak relevan untuk digunakan, kurangnya pengetahuan mengenai target audiens, serta kurangnya *awareness* audiens terhadap postingan konten di akun @femaleinaction. Solusi untuk mengatasi kendala tersebut adalah dengan pemberian saran terkait konsep yang bagus untuk digunakan, serta mencari informasi dan mempelajari tentang target audiens, dan membuat strategi untuk menjangkau lebih banyak audiens.

**Kata kunci:** *copywriting, social media management, content strategist, PT Sinar perempuan Indonesia*

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# **INSTAGRAM SOCIAL MEDIA CONTENT COMPOSING**

## **PT SINAR PEREMPUAN INDONESIA**

Andreas

### **ABSTRACT (English)**

*The development of the internet and communication technology gives rise to new media or what can be called new media. The development of new media can lead to a digital presence as an effort to approach the target market, making social management one most wanted service. In process of internship, a content strategist has the ability and knowledge about the execution of content creation in various content on social media. Thus, the internship process can be obtained directly, both theoretically and practically. The role of the content strategist is responsible for all content creation on Instagram @femaleinaction social media. Learning about copywriting and social media management is something new because of the appropriate specialization, namely, marketing communication. Therefore, during the internship, it takes a lot of learning from existing colleagues and field supervisors. Referring to a concept used, in this internship practice problems often occur, such as the concepts used are irrelevant to use, lack of knowledge about the target audience, and lack of audience awareness of posting content on the @femaleinaction account. To answer this problem, the author finally provide suggestions regarding good concepts to use, as well as seek information and learn about the target audience, and create strategies to reach more audiences.*

**Keywords:** copywriting, social media management, content strategist, PT Sinar perempuan Indonesia

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan berkatnya praktik kerja magang di PT Sinar Perempuan Indonesia selama kurang lebih dari tiga bulan sebagai *content strategist intern* dapat terselesaikan.

PT Sinar Perempuan Indonesia merupakan *platform* media sosial yang berbentuk *website*, Instagram dan juga aplikasi yang dapat memberikan solusi untuk memberikan tempat pagi para perempuan di Indonesia dalam mengembangkan dirinya untuk masa depan.

Banyak pelajaran yang secara langsung diperoleh ataupun tidak secara langsung, teknikal ataupun parktis saat peraktik kerja magang berlangsung. Selain berkesempatan untuk menerapkan apa yang telah dibekali dan dipelajari dari Universitas Multimedia Nusantara (UMN) dalam *marketing communication*, pembelajaran dalam bekerja dengan berinteraksi dengan banyak orang-orang professional, menguji keterampilan dan kemampuan yang akhirnya membantu menambah pengalaman serta meningkatkan *soft skill* serta *hard skill* juga.

Melalui kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak yang bersangkutan dan membantu baik *pra* proses, dan juga *post* praktik kerja magang berlangsung.

1. Asep Sutresna, M.A. Selaku dosen pembimbing magang yang telah membantu proses penulisan laporan magang.
2. Inco Hary Perdana, S.Ikom, M.Si. Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. PT Sinar Perempuan Indonesia secara keseluruhan dan terkhusus kepada tim marketing yang mempercayakan penulis untuk membantu proses kerja dalam pembuatan konten.
4. Zulfa Fauziah, selaku *Chief Executive Officer & Head Marketing* yang juga menjadi pembimbing lapangan.

5. Keluarga penulis yang selalu mendukung dan membantu serta memberikan saran dari awal hingga akhir praktik kerja magang berlangsung.
6. Teman-teman penulis yang turut serta membantu dalam proses pembuatan laporan kerja magang serta teman-teman yang selalu memberikan dukungan.
7. Pacar penulis yang turut serta membantu dalam proses praktik kerja magang dan selalu menjadi *support system*.

Penulis juga menyadari bahwa penyusunan laporan kerja magang ini masih jauh dari kata sempurna, banyak juga kekurangan baik dari segi materi, maupun penyampaian. Dengan demikian, tambahan-tambahan berupa saran dan keritik diperlukan untuk membuat laporan magang menjadi lebih baik kembali.

Tangerang, 16-12-2021



Andreas



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN KERJA MAGANG .....</b>	ii
<b>Lembar Pernyataan Tidak Melakukan Plagiat Dalam Penyusunan Laporan Kerja Magang.....</b>	iii
<b>ABSTRAK .....</b>	iv
<b><i>ABSTRACT (English)</i>.....</b>	v
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	vi
<b>DAFTAR ISI.....</b>	viii
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	x
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	xi
<b>DAFTAR GRAFIK .....</b>	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	1
<b>1.1 Latar Belakang Penelitian .....</b>	1
<b>1.2 Tujuan Karya Magang.....</b>	5
<b>1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....</b>	5
<b>1.3.1 Waktu Pelaksanaan Magang .....</b>	5
<b>1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Magang.....</b>	6
<b>BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....</b>	8
<b>2.1 Profil PT Sinar Perempuan Indonesia .....</b>	8
<b>2.1.1 PT Sinar Perempuan Indonesia .....</b>	8
<b>2.1.2 Penjelasan Logo PT Sinar Perempuan Indonesia.....</b>	9
<b>2.1.3 Visi dan Misi PT Sinar Perempuan Indonesia .....</b>	10
<b>2. 2 Struktur PT Sinar Perempuan Indonesia .....</b>	11
<b>2. 3 Ruang Lingkup Kerja Divisi Marketing Content Strategist PT Sinar Perempuan Indonesia.....</b>	12
<b>BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG .....</b>	14
<b>3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....</b>	14
<b>3.2 Tugas yang Dilakukan .....</b>	14
<b>3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang.....</b>	16
<b>3.3.1 <i>Copywriting</i>.....</b>	16

3.3.2	<i>Social Media Management</i> .....	23
3.3.3	<i>Social Media Maintenance</i> .....	25
3.3.4	Kendala .....	26
3.3.5	Solusi.....	26
<b>BAB IV</b>	<b>SIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>29</b>
<b>4.1</b>	<b>Simpulan</b> .....	<b>29</b>
<b>4.2</b>	<b>Saran</b> .....	<b>30</b>
4.2.1	Saran Bagi Universitas Multimedia Nusantara.....	30
4.2.2	Saran Bagi PT Sinar Perempuan Indonesia .....	30
4.2.3	Saran Bagi Mahasiswa .....	31
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>31</b>
<b>LAMPIRAN A</b>	.....	<b>33</b>
<b>LAMPIRAN B</b>	.....	<b>44</b>



## **DAFTAR TABEL**

Tabel 3.1 Tabel Jenis Tugas yang Dilakukan ..... 15



## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1 Presentasi Penggunaan Media Social di Indonesia .....	2
Gambar 1.2 Persebaran Penggunaan Media Setiap Hari.....	3
Gambar 2.1 Logo PT Sinar Perempuan Indonesia.....	8
Gambar 3.1 Contoh Konten <i>Corporate Communications</i> .....	20
Gambar 3.2 Contoh Konten <i>Self-development</i> Akun <i>Branding</i> Perusahaan.....	22
Gambar 3.3 Contoh Konten <i>Storytelling</i> Marketing .....	23
Gambar 3.4 Membalas Komentar Akun Instagram @Femaleinaction .....	24



## **DAFTAR GRAFIK**

Grafik 2. 1 Struktur Organisasi PT Sinar Perempuan Indonesia... .....11

Grafik 2. 2 Struktur Divisi Marketing..... 12

