

LAPORAN KERJA MAGANG

KONTEN SOCIAL MEDIA PADA DUNIA CREATIVE MEMPENGARUHI DAYA TARIK AUDIENCE BEKANTAN CREATIVE



Nama : Maria Ardiana K Wardani

NIM : 000-000-42409

Fakultas : Bisnis

Program Studi : Manajemen

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2021

LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN KERJA MAGANG
KONTEN SOCIAL MEDIA PADA DUNIA CREATIVE
MEMPENGARUHI DAYA TARIK AUDIENCE BEKANTAN CREATIVE

Oleh :

Nama : Maria Ardiana K Wardani
NIM : 000-000-42409
Fakultas : Bisnis
Program Studi : Manajemen

Tangerang, 7 Januari 2022

Penguji

Pembimbing



Angelina Theodora Ratna.P., S.E., M.M

Ir. Arief Iswariyadi, M.Sc., Ph.D

Mengetahui,



Dr. Mohammad Annas, S. Tr.Par., MM. CSCP

Ketua Program Studi

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

Dengan ini saya :

Nama : Maria Ardiana Kusuma Wardani
NIM : 000-000-42409
Fakultas : Bisnis
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa saya telah melaksanakan praktik kerja magang :

Nama Perusahaan : PT. Bekantan Production House
Divisi : Social Media Officer
Alamat : Patria Park Apartment and Office, Unit 2617
Jl. DI. Panjaitan No.Kav 5 -7, RT.5/RW.7, Cipinang
Cempedak, Kecamatan Jatinegara, Kota Jakarta
Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13340
Periode Magang : 25 Mei - 25 Agustus 2021
Pembimbing Lapangan : Benaya Stephen, S.Psi., S.Sn., C.H.R.P.

Laporan kerja magang ini merupakan hasil dari karya saya sendiri dan tidak melakukan plagiat. Semua kutipan karya ilmiah dan artikel orang lain atau lembaga lain yang sebagai rujukan dalam laporan kerja magang yang telah disusun ini, saya menyebutkan sumber kutipan saya sertakan dan cantumkan di Daftar Pustaka. Jika kedepannya dikemudian hari terbukti ditemukan kecurangan atau penyimpangan dalam pelaksanaan kerja magang dan dalam penulisan laporan kerja magang yang saya buat, saya bersedia menerima konsekuensinya yaitu tidak lulus dalam mata kuliah kerja magang yang telah saya lakukan.

Tangerang, 26 November 2020


METERAI
TEMPEL
A10AJX476047912
Maria Ardiana K Wardani

N U S A N T A R A

ABSTRACT

Penulis melakukan kegiatan kerja magang di PT. Bekantan Production House yang ditempatkan pada Bekantan Creative. PT. Bekantan Production House memiliki anak perusahaan yaitu Bekantan Pictures, Bekantan Creative, dan yang terbaru Anak Bekantan. Bekantan Creative merupakan agency untuk memecahkan masalah branding dan pemasaran bagi perusahaan. Pada saat ini Bekantan Creative sudah memiliki berbagai project dan klien dalam menangani dengan berbagai layanan yang ada sehingga dapat menyelesaikan masalah pemilik usaha atau brand.

Pelaksanaan kerja magang yang dijalani penulis bertujuan untuk sebagai syarat wajib kelulusan dan juga untuk menambah pengalaman dalam dunia kerja. Penulis juga dapat mengaplikasikan atau menerapkan ilmu marketing management yang sudah dipelajari selama perkuliahan di dalam praktek kerja magang, serta pengetahuan mengenai dunia industri yang telah diberitahukan dan diajarkan di Universitas Multimedia Nusantara.

Pada laporan kerja magang ini merupakan penjelasan kegiatan-kegiatan yang dilakukan penulis sebagai *Social Media Officer Intern*. Pada posisi tersebut penulis memiliki tanggung jawab sebagai social media office untuk mengerjakan mulai dari research content, copywriting, publishing konten social media, reporting, pembuatan rencana dan strategi marketing dan bisnis. Tugas-tugas yang dilakukan penulis menghasilkan sebuah konten-konten menarik yang mendapatkan engagement audience social media perusahaan dan klien, serta pemikiran penulis menghasilkan ide kreatif dan solusi dalam pembuatan strategy yang dapat bermanfaat bagi perusahaan.

Selama pelaksanaan kerja magang penulis memiliki saran untuk Bekantan Creative, agar dapat mengembangkan perusahaanya lebih maju lagi. Salah satu saran penulis yaitu perusahaan dapat membuat konten yang sedang viral diluar dari rencana konten yang sudah dibuat dengan begitu mendapat daya Tarik audience Bekantan Creative.

Kata kunci : Social Media, Research Content, Marketing Strategy, Instagram

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis kepada Tuhan yang Maha Esa atas rahmat dan penyertaan-Nya selama penyusunan laporan kerja magang yang pada akhirnya dapat diselesaikan oleh penulis, laporan kerja magang yang berjudul “Konten Social Media Pada Dunia Creative Mempengaruhi Daya Tarik Audience Bekantan Creative”, yang berjalan dengan lancar dari pelaksanaan magang berlangsung hingga pembuatan laporan ini selesai. Tujuan dari penyusunan laporan kerja magang dilakukan merupakan syarat kelulusan penulis pada pendidikan strata satu (S1) program studi Manajemen fakultas Bisnis dalam mata kuliah wajib *internship* di Universitas Multimedia Nusantara.

Pelaksanaan praktik kerja magang yang dilakukan penulis dilakukan selama tiga bulan, mulai dari tanggal 25 Mei 2021 hingga 25 Agustus 2021. selama pelaksanaan magang berlangsung penulis mendapatkan pembelajaran dan pengalaman dibidang social media, khususnya pembuatan konten Bekantan Creative mulai dari riset hingga akhir melakukan rekap performa social media, serta mendapat pengalaman baru pada kegiatan dan lingkungan dalam bekerja.

Proses praktik dan laporan kerja magang dikerjakan oleh penulis yang berharap dapat memberikan manfaat dan berguna bagi pengetahuan dan pengembangan diri dalam bekerja dan bisnis pada Bekantan Creative. Penyusunan laporan kerja magang dapat diselesaikan oleh penulis dengan lancar dan sesuai prosedur yang ada, dengan dukungan, waktu, dan bantuan dari berbagai pihak, maka dengan ini penulis mengucapkan terima kasih banyak untuk pihak-pihak berikut ini :

1. Kepada Tuhan Yang Maha Esa, telah memberikan berkat yang berlimpah dalam proses kerja magang hingga menyelesaikan laporan kerja magang ini berjalan dengan lancar dan baik.
2. Kepada kedua orang tua saya dan adik serta keluarga besar saya yang telah memberikan dukungan, doa, dan perhatian untuk penulis hingga dapat menyelesaikan laporan kerja magang ini.

3. Kepada semua teman dan sahabat yang telah memberikan dukungan, doa, dan menemani untuk penulis dalam proses kerja magang hingga pembuatan laporan, terutama untuk Pingkan, Pristi, dan Riri serta teman-teman lainnya.
4. Kepada Ir. Arief Iswariyadi, M.Sc., Ph.D selaku dosen pembimbing pembuatan laporan magang yang telah membimbing penulis mulai dari awal pembuatan laporan kerja magang hingga mendapatkan hasil yang memuaskan.
5. Kepada Dr. Mohammad Annas, S. Tr.Par., MM. CSCP selaku ketua program studi Manajemen yang telah mendukung dan membantu penulis dalam perizinan magang dan pengesahaan laporan magang ini.
6. Kepada Jose Prabowo selaku CEO di PT. Bekantan Production House, yang telah memberikan kesempatan dan kepercayaan kepada penulis untuk magang di Bekantan Creative.
7. Kepada Benaya Stephen selaku COO di Bekantan Creative yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksana kerja magang dan serta telah membimbing dan memberikan ilmu kepada penulis selama praktik kerja magang di Bekantan Creative.

Penulis mengucapkan sangat berterima kasih banyak untuk seluruh pihak yang sudah disebutkan diatas ataupun tidak disebutkan senantiasa dapat memberikan dukungan, doa, dan semangat untuk membantu penulis dalam penyelesaian praktik kerja magang hingga sidang laporan kerja magang ini. Laporan kerja magang ini tentunya tidak lepas dari kesalahan-kesalahan dan kekurangan, oleh karena itu penulis mohon maaf sebesar-besarnya jika ada hal-hal yang kurang berkenan. Semoga laporan kerja magang ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pembaca dan berbagai pihak lainnya, terlebih bagi perusahaan.

Tangerang, 26 November 2021


Maria Ardiana Kusuma Wardani

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN KERJA MAGANG	i
LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT DALAM PENYUSUNAN LAPORAN KERJA MAGANG	ii
ABSTRACT.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Magang.....	8
1.2.1 Maksud kerja Magang.....	8
1.2.2 Tujuan kerja Magang	8
1.3 Waktu, Lokasi, dan Prosedur Kerja Magang	10
1.3.1 Waktu dan Lokasi Pelaksanaan Kerja Magang.....	10
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	11
1.4 . Sistematika Penulisan	15
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	19
2.1 Profil Singkat Perusahaan	19
2.2 Visi & Misi Perusahaan	22
2.2.1 Visi Perusahaan :	22
2.2.2 Misi Perusahaan :	22
2.3 Tagline	22

2.4 Struktur Organisasi Perusahaan	23
2.5 Tinjauan Pustaka	25
2.5.1 Management.....	25
2.5.2 Perilaku Konsumen	28
2.5.3 Marketing Strategies	29
2.5.4 Content Marketing	30
2.5.5 Social Media	31
2.5.6 Customer Engagement	31
2.5.7 Instagram.....	32
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	34
3.1. Kedudukan dan Koordinasi.....	34
3.1.1 Kedudukan	34
3.1.2. Kordinasi.....	38
3.2. Tugas yang Dilakukan	40
3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang	49
3.3.1 Proses Pelaksanan	49
3.3.2 Kendala yang Ditemukan	74
3.3.3 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan	76
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	77
4.1. Kesimpulan	77
4.1.1 Melakukan Riset (Mencari Data dan Informasi yang Valid)	78
4.1.2 Copywriting (Membuat Tulisan untuk Konten).....	79
4.1.3 Publishing (Posting atau Menyebarkan).....	80
4.1.4 Reporting (merekap hasil dari social media)	80
4.1.5 Menentukan Dalam Penyusunan Rencana dan Perencanaan Strategi..	81
4.2. Saran.....	82
4.2.1 Perencanaan dan Pembuatan Konten Social Media dan Marketing yang Menarik	82

4.2.2 Pemanfaat Iklan Berbayar Secara Digital Marketing.....	83
4.2.3 Alur Kerja Social Media	84
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN A.....	90
LAMPIRAN B.....	132



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penelitian Orang Menghabiskan Waktu di Media.....	1
Gambar 1. 2 Penelitian Pertumbuhan E-Commerce di Tengah Pandemic	2
Gambar 1. 3 Penelitian Tingkatan Pengguna Social Media Platform.....	3
Gambar 2. 1 Struktur Dapartemen Perusahaan	23
Gambar 3. 1 Logo Perusahaan Jonnesway.....	35
Gambar 3. 2 Logo Perusahaan Kitong Bisa	35
Gambar 3. 3 Logo Perusahaan Kitong Indonesia.....	36
Gambar 3. 4 Logo Perusahaan Bekantan Creative.....	36
Gambar 3. 5 Logo Anak Bekantan.....	37
Gambar 3. 6 Bagan Divisi Social Media Bekantan Creative	38
Gambar 3. 7 Media Koordinasi di Bekantan Creative	40
Gambar 3. 8 Audiance Persona Bekantan Creative	50
Gambar 3. 9 Audience Persona Jonnesway	50
Gambar 3. 10 Hasil Riset Konten Bekantan Creative.....	51
Gambar 3. 11 Kesimpulan Riset Kompetitor Bekantan Creative	52
Gambar 3. 12 Penilaian Pada Kompetitor Bekantan Creative	53
Gambar 3. 13 Riset Kompetitor Jonnesway.....	54
Gambar 3. 14 Buyer Persona dan Audience Analisis Anak Bekantan	55
Gambar 3. 15 Analisa Segmentasi Kompetitor Anak Bekantan	56
Gambar 3. 16 Strategi Social Media Anak Bekantan	56
Gambar 3. 17 Perencanaan Digital Marketing Anak Bekantan	57
Gambar 3. 18 Postingan Anniversary Bekantan Creative.....	58
Gambar 3. 19Perencanaan Editorial Planning Anak Bekantan.....	59
Gambar 3. 20 Postingan Bekantan Creative Dengan Design Copy	59
Gambar 3. 21 Postingan Anak Bekantan Dengan Design Copy	60
Gambar 3. 22 Comment Hijacking Jonnesway.....	61
Gambar 3. 23 Comment Hijacking Bekantan Creative.....	61

Gambar 3. 24 Publishing Schedule Jonnesway	62
Gambar 3. 25 Publishing Schedule Bekantan Creative	63
Gambar 3. 26 Postingan Story Jonnesway	64
Gambar 3. 27 Postingan Story Bekantan Creative.....	65
Gambar 3. 28 Insight Reach Instagram Jonnesway	66
Gambar 3. 29 Insight Followers Instagram Jonnesway	66
Gambar 3. 30 Reporting Performa Social Media Jonnesway	67
Gambar 3. 31 Reporting Comment Hijacking Jonnesway.....	68
Gambar 3. 32 Reporting Comment Hijacking Bekantan Creative.....	69
Gambar 3. 33 Presentasi Konsep Konten Bekantan Creative	70
Gambar 3. 34 Strategi Marketing Kitong Bisa dan Kitong Indonesia	70
Gambar 3. 35 Marketing Mix 4E Anak Bekantan	71
Gambar 3. 36 Marketing Plan Anak Bekantan	72
Gambar 3. 37 Perencanaan Strategi Bisnis Kitong Bisa.....	73
Gambar 3. 38 Perencanaan Strategi Bisnis Kitong Indonesia	73
Gambar 3. 39 Perencanaan Brand Strategi Kitong Indonesia.....	74



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Uraian Tugas yang Dilakukan Selama Praktek Kerja.....	41
--	----

