

**AKTIVITAS *SOCIAL MEDIA MARKETING* DI ERHA (PT ARYA NOBLE)**



**LAPORAN MAGANG**

**Melisa Winata**

**0000030127**

**PROGRAM STUDI STRATEGIC COMMUNICATION**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2022**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Melisa Winata

NIM 00000030127

Program Studi : *Strategic Communication*

Laporan magang dengan judul :

### ***Aktivitas Social Media Marketing di Erha (PT Arya Noble)***

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 skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 4 Juli 2022



Melisa Winata

## HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan magang dengan judul

**Aktivitas *Social Media Marketing* di Erha (PT Arya Noble)**

Oleh

Nama : Melisa Winata

NIM 00000030127

Program Studi : *Strategic Communication*

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Skripsi/Tesis/Disertai Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 14 Juni 2022

Pembimbing



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

NIDN: 0302038601

Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Inco Hary Perdana, S.IKom., M.Si.,

NIDN: 0308117706

**HALAMAN PENGESAHAN**

Laporan magang dengan judul

**Aktivitas *Social Media Marketing* di Erha (PT Arya Noble)**

Oleh

Nama : Melisa Winata

NIM 00000030127

Program Studi : *Strategic Communication*

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui pada hari Senin, 4 Juli 2022

Pukul 10.00 s/d 11.00 dan dinyatakan

**LULUS**

Dengan susunan penguji sebagai berikut

Ketua Sidang

Penguji

Dr. Adde Oriza Rio

Dosen Pembimbing

Asep Sutresna,

S.Sos., M.Si

M.A.

NIDN: 0302038601

NIDN: 0307126303

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

NIDN: 0302038601

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Inco Hary Perdana, S.IKom., M.Si.,

NIDN: 0308117706

iii

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai sivitas akademis Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Melisa Winata  
NIM : 00000030127  
Program Studi : *Strategic Communication*  
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:

### **Aktivitas *Social Media Marketing* di Erha (PT Arya Noble)**

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,

Tangerang, 4 Juli 2022

Yang menyatakan,



Melisa Winata

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat yang diberikan, laporan praktek kerja magang berjudul “Aktivitas *Social Media Marketing* di Erha (PT Arya Noble)” dapat diselesaikan dengan baik. Laporan ini terdiri informasi mengenai yang penulis laksanakan dan pelajari selama menjalani kegiatan magang. Penulisan Laporan Magang ini dilakukan untuk memenuhi syarat mata kuliah *Internship* di program studi Ilmu Komunikasi - S1 Universitas Multimedia Nusantara.

Penulis berusaha semaksimal mungkin dalam pelaksanaan magang dan laporan magang, namun sadar terdapat keterbatasan karena keadaan dan waktu. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun laporan ini. Selama proses menyelesaikan laporan magang, penulis banyak mendapatkan dukungan dari banyak pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua orang yang berkontribusi dalam penyelesaian laporan magang ini, khususnya kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si., selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara
4. Dr. Adde Oriza Rio S.Sos., M.Si., selaku dosen pembimbing magang telah memberikan banyak ilmu, waktu, motivasi dan masukan yang sangat bermanfaat kepada penulis selama proses penyusunan laporan magang.
5. Asep Sutresna, M.A., selaku dosen penguji magang yang telah memberi banyak masukan dan pengetahuan baru yang sangat bermanfaat.

6. Chalista Revi, selaku *Senior Brand and Product Marketing* – Erha Perfect Shield dan pembimbing lapangan yang telah membimbing dengan sabar.
7. Asla Danastri selaku *Senior Product Marketing* – Erha Truwhite dan pembimbing lapangan yang telah membimbing hingga periode praktik kerja magang dapat terselesaikan dengan lancar.
8. Keluarga yang selalu mendukung dari awal proses penulis melamar ke banyak perusahaan hingga laporan ini diselesaikan.
9. Vincent Hermanto yang selalu memberikan semangat dan menemani penulis berjuang selama kerja magang berlangsung hingga laporan ini dapat diselesaikan.
10. Michelle, Novelia, dan Steffi yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan laporan ini dengan tepat waktu.
11. Tim Brand Marketing Erha Perfect Shield dan Tim Product Marketing Erha Truwhite yang menjadi teman baru dan membantu penulis mendapatkan ilmu dan pengalaman baru selama tiga bulan ini.

Semoga laporan ini memberikan dampak positif, baik sebagai sumber referensi maupun inspirasi, bagi pembaca.

Tangerang, 4 Juli 2022



Melisa Winata



# **AKTIVITAS *SOCIAL MEDIA MARKETING* DI ERHA (PT ARYA NOBLE)**

Melisa Winata

## **ABSTRAK**

Industri kecantikan merupakan industri yang dinamis, terus berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan yang ada. Pada zaman digitalisasi ini, mulai banyak perusahaan yang memanfaatkan media sosial sebagai peran penting dalam melangsungkan proses pemasaran, keberlangsungan ini diberlakukan juga pada perusahaan Erha. Dibantu perkembangan teknologi, Erha memanfaatkan media sosial sebagai salah satu strategi pemasaran yaitu kegiatan *social media marketing*. Keberlangsungan kegiatan pemasaran ini dilakukan langsung pada tim *brand marketing* dan *product marketing*. Pada divisi *brand marketing*, kegiatan berfokus pada kelangsungan *influencer marketing*, sedangkan pada divisi *product marketing* berfokus pada *content brief* dan persiapan *new product launch*. Hasil dari praktik kerja magang yang telah dilakukan berhasil meningkatkan *brand awareness* dan penjualan produk. Praktik kerja magang dilaksanakan selama 60 hari kerja yang terhitung sejak tanggal 15 Februari 2022 hingga 19 Mei 2022. Selama berlangsungnya kegiatan kerja magang, penulis mendapatkan berbagai pengalaman dan kesempatan untuk mengimplementasikan konsep dan teori dari perkuliahan.

Kata kunci: Erha, *Social Media Marketing*, *Influencer Marketing*, *Content Marketing*



**SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITIES AT ERHA (PT ARYA  
NOBLE)**

Melisa Winata

***ABSTRACT***

*The beauty industry is a dynamic industry, constantly innovating and adapting to changes. In this era of digitalization, many companies are starting to use social media as an important role in carrying out the marketing process, this sustainability is also applied to Erha's company. Assisted by technological developments, Erha utilizes social media as a marketing strategy, namely social media marketing activities. The continuity of this marketing activity is carried out directly on the brand marketing and product marketing teams. In the brand marketing division, activities focus on the continuity of influencer marketing, while in the product marketing division it focuses on content briefs and preparation of new product launches. The results of the internship that have been carried out have succeeded in increasing brand awareness and product sales. The internship practice is carried out for 60 working days starting from February 15, 2022 to May 19, 2022. During the internship, the authors get various experiences and opportunities to implement concepts and theories from lectures.*

*Keywords: Erha, Social Media Marketing, Influencer Marketing, Content Marketing*

## DAFTAR ISI

<i>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</i> .....	<i>i</i>
<i>HALAMAN PERSETUJUAN</i> .....	<i>ii</i>
<i>HALAMAN PENGESAHAN</i> .....	<i>iii</i>
<i>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK</i> .....	<i>iv</i>
<i>KATA PENGANTAR</i> .....	<i>v</i>
<i>ABSTRAK</i> .....	<i>vii</i>
<i>ABSTRACT</i> .....	<i>viii</i>
<i>DAFTAR ISI</i> .....	<i>ix</i>
<i>BAB I</i> .....	<i>1</i>
<i>PENDAHULUAN</i> .....	<i>1</i>
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Tujuan Kerja Magang .....	4
1.3    Waktu dan Prosedur Kerja Magang .....	4
1.3.1    Waktu Kerja .....	4
1.3.2    Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang .....	5
<i>BAB II</i> .....	<i>7</i>
<i>GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</i> .....	<i>7</i>
2.1    Profil Perusahaan .....	7
2.1.1    Logo Perusahaan .....	8
2.1.2    Tujuan Perusahaan .....	9
2.1.3    Struktur Organisasi .....	10
2.2    Ruang Lingkup Kerja .....	13
<i>BAB III</i> .....	<i>14</i>
<i>PELAKSANAAN KERJA MAGANG</i> .....	<i>14</i>
3.1    Kedudukan dan Koordinasi .....	14
3.2    Tugas dan Uraian Kerja Magang .....	15
3.2.1    Tugas yang Dilakukan .....	15
3.2.2    Uraian Kerja Magang .....	17
3.2.3    Kendala yang Ditemukan .....	26
3.2.4    Solusi atas Kendala yang Ditemukan .....	26
<i>BAB IV</i> .....	<i>27</i>
<i>KESIMPULAN DAN SARAN</i> .....	<i>27</i>
4.1    Kesimpulan .....	27

4.2	Saran .....	27
4.2.1	Saran Bagi Universitas Multimedia Nusantara.....	28
4.2.2	Saran Bagi Erha .....	28
4.2.3	Saran Bagi Mahasiswa.....	29
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>30</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>32</b>



## DAFTAR TABEL

**Tabel 2.1 Informasi Perusahaan**

**Tabel 3.1 Timeline Tugas *Marketing Strategy***



**UMMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

**Gambar 1.1 Data Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia**

**Gambar 1.2 Platform Media Sosial yang Banyak digunakan di Indonesia Tahun 2022**

**Gambar 2.1 Logo Perusahaan Erha**

**Gambar 2.2 Logo Perusahaan Erha Truwhite**

**Gambar 2.3 Struktur Organisasi Umum**

**Gambar 2.4 Struktur Organisasi Erha Truwhite**

**Gambar 2.5 Struktur Organisasi Erha Perfect Shield**

**Gambar 3.1 *Product Knowledge* dan *Brief* KOL**

**Gambar 3.2 Kerjasama dengan KOL**

**Gambar 3.3 *Product Knowledge* dan *Brief* KOL**

**Gambar 3.4 *Approaching* KOL**

**Gambar 3.5 *Draft Content* KOL**

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA