

**PERAN SOCIAL MEDIA CONTENT DALAM
MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PRODUK TAS
DE AWANI**



LAPORAN KERJA MAGANG

Nama : Michelle
NIM : 00000035751
Angkatan : 2019

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG, BANTEN**

2022

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Michelle
NIM : 00000035751
Program Studi : Manajemen

Laporan Magang dengan judul:

Peran *Social Media Content* Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* Produk Tas De Awani.

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 karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 27 Juni 2022



Michelle

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan Magang dengan Judul
**PERAN *SOCIAL MEDIA CONTENT* DALAM MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS PRODUK TAS DE AWANI**

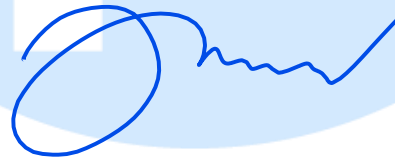
Oleh

Nama : Michelle
NIM : 0000035751
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Magang

Tangerang, 27 Juni 2022

Pembimbing



Ika Yanuarti, S.E., M.S.F.
0708017601

Ketua Program Studi Manajemen



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

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAH

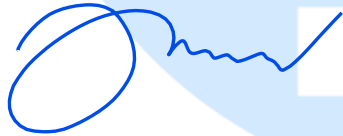
Laporan Magang dengan Judul
PERAN SOCIAL MEDIA CONTENT DALAM MEINGKATKAN
BRAND AWARENESS PRODUK TAS DE AWANI

Oleh

Nama : Michelle
NIM : 00000035751
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

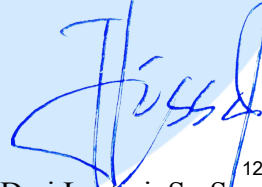
Telah diujikan pada hari Rabu, 6 Juli 2022
Pukul 11.00 s.d 12.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing



Ika Yanuarti, S.E., M.S.F.
0708017601

Penguji



Elissa Dwi Lestari, S., Sos., M.S.M.
0306088501

12-07-2022

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par., M.M.,CSCP.
0312087404

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Michelle
NIM : 00000035751
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Jenis Karya : Laporan Magang

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

**PERAN SOCIAL MEDIA CONTENT DALAM MENINGKATKAN BRAND
AWARENESS PRODUK TAS DE AWANI**

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalih medikan/mengalih informasikan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 27 Juni 2022

Yang menyatakan,



Michelle

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya yang berlimpah, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan laporan praktik kerja magang dengan judul “PERAN *SOCIAL MEDIA CONTENT* DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PRODUK TAS DE AWANI” yang ditulis berdasarkan pengalaman penulis selama 5 bulan atau dari tanggal 3 Januari 2022 s.d 31 Mei 2022 dengan posisi sebagai *Social Media & Administration* di PT. Wanindo Prima Pratama.

Laporan praktik kerja magang ini diselesaikan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Selama melakukan praktik kerja magang, penulis mendapatkan kesempatan dan pengalaman dalam Development Business dengan mengelola *Social Media & Administration* dari De Awani merupakan brand dari PT. Waindo Prima Pratama.

Penulis berharap laporan praktik kerja magang yang dibuat dapat memberikan manfaat di dunia pendidikan, industri dan juga perkembangan untuk perusahaan. Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak dari masa perkuliahan sampai penyusunan laporan praktik kerja magang ini, sangat sulit bagi penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan yang Maha Esa yang telah memberikan berkat dan karunia, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan praktik kerja magang dengan baik dan tepat pada waktu pengumpulan.
2. Orang tua dan kakak-kakak penulis yang telah memberikan dukungan doa dan motivasi dari awal pelaksanaan praktik kerja magang hingga tahap akhir penyusunan laporan praktik kerja magang.
3. Bapak Dr. Mohammad Annas, S. Tr.Par., M.M., CSCP., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Ika Yanuarti, S.E., M.S.F., selaku Dosen Pembimbing selama praktik kerja magang hingga penyusunan laporan praktik kerja magang yang senantiasa memberikan bimbingan serta sabar dalam memberikan bantuan dan masukan selama penyusunan laporan praktik kerja magang
5. Ibu Elisia selaku pembimbing lapangan yang telah memberikan kesempatan untuk penulis menjadi salah satu bagian dari *social media & administration* intern selama 5 bulan hingga penulis mendapatkan banyak ilmu serta pengalaman yang sangat luar biasa selama pelaksanaan praktik kerja magang.
6. Jonathan Arventi selaku kekasih yang telah menemani, membantu dan memberikan dukungan penuh kepada penulis selama melakukan praktik kerja magang dan penyusunan laporan praktik kerja magang.
7. Angelique, Tiaradiva, Sharon dan Eugenia yang telah menemani, memberikan dukungan dan semangat. Serta Angelique dan Tiaradiva sebagai teman seperjuangan selama penyusunan laporan praktik kerja magang.

8. Seluruh teman penulis lainnya yang tdiak dapat disebut satu persatu yang telah memberikan semangat, motivasi serta dukungan selama melaksanakan praktik kerja magang hingga penyusunan laporan praktik kerja magang.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarkan kepada seluruh pihak yang telah terlibat selama proses pelaksanaan praktik kerja magang hingga penyusunan laporan praktik kerja magang. Penulis menyadari bahwa laporan ini masih belum sempurna dan masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya apabila terdapat kekurangan dan kesalahan yang kurang berkenan salama penyusunan laporan praktik kerja magang ini. Penulis juga bersedia menerima semua kritik dan saran sehingga penulis dapat menyempurnakan hasil laporan praktik kerja magang dan sebagai pembelajaran untuk penulis kedepannya.

Tangerang, 27 Juni 2022



Michelle

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

PERAN *SOCIAL MEDIA CONTENT* DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PRODUK TAS DE AWANI

Michelle

ABSTRAK

Praktik kerja magang yang dilakukan penulis selama 5 bulan dari tanggal 3 Januari 2022 sampai dengan 31 Mei 2022 di PT. Wanindo Prima Pratama pada bagian *Social Media & Administration* dari De Awani yang berada dinaungan divisi *Marketing Public Relation*. Selama melaksanakan kegiatan praktik kerja magang di PT. Wanindo Prima Pratama dengan mengelola *social media* dari De Awani, penulis bertanggung jawab penuh atas pembuatan konten-konten *social media* yang bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* De Awani. Selain itu, penulis juga bertanggung jawab untuk meningkatkan penjualan. Selama penulis melaksanakan praktik kerja magang, penulis melihat dengan adanya pembuatan konten-konten *social media* yang menarik dapat meningkatkan *brand awareness* serta minat pembelian juga meningkat. Terlebih pada era globalisasi saat ini *digital marketing* merupakan salah satu strategi untuk memperkenalkan merek produk dengan mudah. Penulis juga mendapatkan bukti nyata selama melaksanakan praktik kerja magang, pembuatan konten *social media* yang menarik dapat meningkatkan *brand awareness* pada produk tas De Awani dan penjualan produk tas De Awani meningkat sangat pesat.

Kata kunci: *Social Media Content, Brand Awareness, Digital Marketing.*

U M N

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

THE ROLE OF SOCIAL MEDIA CONTENT OF INCREASE BRAND AWARENESS OF DE AWANI BAG PRODUCTS

Michelle

ABSTRACT

This report is a result of the Internship Program that the author did for 5 months from January 3, 2022 to May 31, 2022 at PT. Wanindo Prima Pratama in the Division of Social Media & Administration under the supervision of the Marketing Public Relations division. While carrying out internship activities at PT. Wanindo Prima Pratama by managing social media from De Awani, the author is fully responsible for the creation of social media content that aims to increase De Awani's brand awareness. In addition, the author is also responsible of creating strategy to increase sales number. During the author's internship program, the author concludes that the creation of interesting social media content can increase brand awareness and purchase interest also increases. Especially in the current era of globalization, digital marketing is one of the strategies to introduce product brands easily. The author also got concrete evidence during the internship practice, the creation of interesting social media content can increase brand awareness on De Awani bag products and sales of De Awani bag products increase very rapidly.

Keywords: Social Media Content, Brand Awareness, Digital Marketing

UMMN

UNIVERSITAS

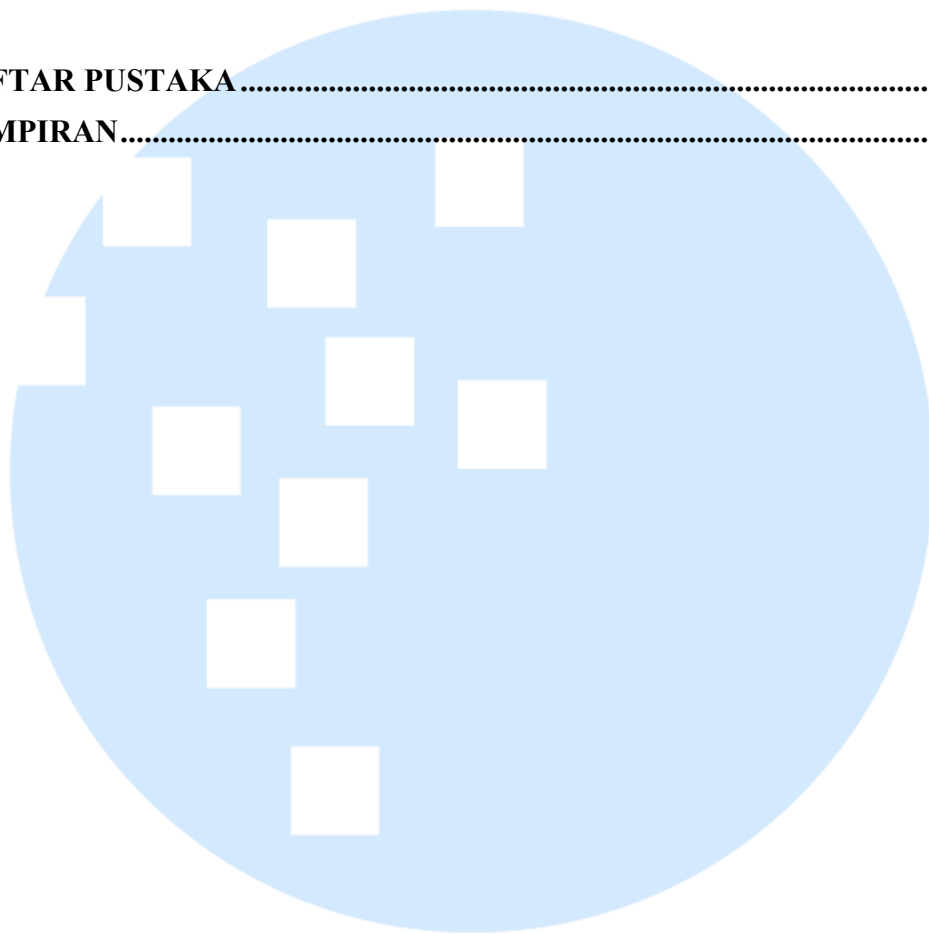
MULTIMEDIA

NUSANTARA

DAFTAR ISI

PERAN SOCIAL MEDIA CONTENT DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PRODUK TAS DE AWANI.....	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAH.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....	7
1.2.1 Maksud Kerja Magang.....	7
1.2.2 Tujuan Kerja Magang	8
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	9
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	9
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	9
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	12
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	12
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	17
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	19
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	19
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	20
3.2.1 Tugas yang Dilakukan	20
3.2.2 Uraian Kerja Magang.....	28
3.2.3 Kendala yang Ditemukan.....	65
3.2.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	66
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	68
4.1 Simpulan.....	68
4.1 Saran.....	69

DAFTAR PUSTAKA.....	72
LAMPIRAN.....	73



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas Utama Penulis	20
Tabel 3.2 Tugas Tambahan Penulis	24



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Tren Pengguna Internet & Media Sosial di Indonesia	1
Gambar 1.2 Penggunaan Destop vs Mobile vs Tablet Market Share Indonesia	2
Gambar 1.3 Persentase Penggunaan Internet oleh Masyarakat Indonesia	3
Gambar 1.4 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia tahun 2018-2022	4
Gambar 1.5 Tujuan Mengakses Internet di Perkotaan dan Perdesaan	5
Gambar 2.1 Logo Perusahaan	12
Gambar 2.2 Tempat Produksi, Mesin Bordir dan Hasil Produk	13
Gambar 2.3 Logo De Awani.....	14
Gambar 2.4 Produk-produk yang dihasilkan De Awani.....	15
Gambar 2.5 Struktur Organisasi PT. Wanindo Prima Pratama	17
Gambar 3.1 Kedudukan dan Koordinasi	19
Gambar 3.2 Tampilan Linktree De Awani di Instagram.....	29
Gambar 3.3 Pengambilan Foto dan Video.....	31
Gambar 3.4 Template yang dibuat penulis	32
Gambar 3.5 Wording untuk Caption Feeds Instagram	33
Gambar 3.6 Hasil Unggah Feeds & Story instagram	34
Gambar 3.7 Konten Frequently Asked Questions	35
Gambar 3.8 Highlight Instagram De Awani	36
Gambar 3.9 Akun Shopee dan Tokopedia De Awani.....	37
Gambar 3.10 Beranda Shopee & Tokopedia.....	38
Gambar 3.11 Postingan Produk di Shopee dan Tokopedia	39
Gambar 3.12 Deskripsi Produk Shopee & Tokopedia	40
Gambar 3.13 Tampilan Profil WhatsApp De Awani.....	41
Gambar 3.14 Tampilan WhatsApp Business De Awani.....	42
Gambar 3.15 Katalog WhatsApp Business De Awani.....	43
Gambar 3.16 Melayani Konsumen di WhatsApp & Instagram	44
Gambar 3.17 Catatan Pesanan Konsumen.....	45
Gambar 3.18 Catatan Pesanan Konsumen sudah Membayar.....	46
Gambar 3.19 Data Arsipan Penjualan Tas.....	48
Gambar 3.20 Data Barang yang Keluar	49
Gambar 3.21 Contoh Poster untuk Instagram.....	50
Gambar 3.22 Konten Giveaway Instagram	51
Gambar 3.23 Reposting Review dari Konsumen	52
Gambar 3.24 Name Card & Thank you Card.....	53
Gambar 3.25 Poster Size Chart Tas Bordir dan Tas Rajut.....	54
Gambar 3.26 Poster Informasi Pembayaran.....	55
Gambar 3.27 List Tas yang dibawa ke Bali.....	56

Gambar 3.28 Mempersiapkan tas untuk dibawa ke Bazaar	57
Gambar 3.29 Daftar Harga Tas De Awani	58
Gambar 3.30 Desain Birthday Card	59
Gambar 3.31 Hampers Chinese New Year 2022	60
Gambar 3.32 Packing Hampers Eid Mubarak	61
Gambar 3.33 Hasil Peningkatan Brand Awareness.....	62
Gambar 3.34 Bukti Peningkatan Penjualan Produk De Awani.....	64



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA