

PERAN MEDIA SOSIAL DI SWISSOTEL JAKARTA PIK AVENUE



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

ELFIE FRANSISKA

00000048249

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2023**

PERAN MEDIA SOSIAL DI SWISSOTEL JAKARTA PIK AVENUE



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

ELFIE FRANSISKA

00000048249

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2023**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Elfie Fransiska

Nomor Induk Mahasiswa : 00000048249

Program studi : Manajemen

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

Peran Media Sosial di Swissotel Jakarta PIK Avenue 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 maupun dalam penulisan laporan MBKM, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan MBKM yang telah saya tempuh.

Tangerang, 4 Juli 2023



(Elfie Fransiska)

HALAMAN PERSETUJUAN MAGANG

Laporan Magang dengan judul
Peran Media Sosial di Swissotel Jakarta PIK Avenue

Oleh

Nama : Elfie Fransiska

NIM : 00000048249

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Laporan Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 21 Juni 2023

Pembimbing



Nosica Rizkalla, S.E., M.Sc.
NIDN: 0320089001

Ketua Program Studi Manajemen



Purmaningsih., S.E., M.S.M., CBO.
NIDN: 0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

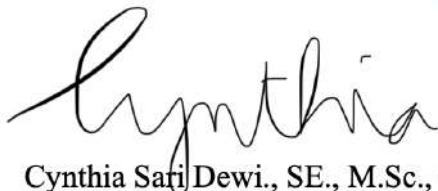
Laporan MBKM dengan judul
Peran Media Sosial di Swissotel Jakarta PIK Avenue

Oleh
Nama : Elfie Fransiska
NIM : 00000048249
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Selasa, 4 Juli 2023
Pukul 16.00 s/d 17.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Penguji

Pembimbing



Cynthia Sari Dewi, SE., M.Sc., CSA.
NIDN: 0308118803



Nosica Rizkalla, S.E., M.Sc.
NIDN: 0320089001

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih., S.E., M.S.M., CBO.
NIDN: 0323047801

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

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

Nama : Elfie Fransiska
NIM : 00000048249
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Jenis Karya : *Laporan Magang/Skripsi

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 Media Sosial di Swissotel Jakarta PIK Avenue

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, 21 Juni 2023

Yang menyatakan,



(Elfie Fransiska)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas terselesaikannya penulisan laporan magang ini dengan judul: “Peran Media Sosial di Swissotel Jakarta PIK Avenue” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen dalam Jurusan Manajemen Pada Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Purmaningsih., S.E., M.S.M., CBO., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Nosica Rizkalla, S.E., M.Sc., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesaikannya laporan magang ini.
5. Bapak Mikhael Aditya Sugiaman, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesaikannya laporan magang ini.
6. Kepada Perusahaan Swissotel Jakarta PIK Avenue yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan praktik magang selama lebih dari 800 jam.
7. Orang tua, Keluarga, dan teman terdekat saya yang telah memberikan bantuan motivasi dan dukungan moral, sehingga laporan magang ini dapat terselesaikan dengan tepat waktu.

Semoga laporan magang dapat bermanfaat bagi para pembaca, baik sebagai inspirasi dalam pembuatan laporan magang ataupun sumber informasi.

Tangerang, 21 Juni 2023



(Elfie Fransiska)

PERAN MEDIA SOSIAL DI SWISSOTEL JAKARTA PIK AVENUE

Elfie Fransiska

ABSTRAK

Media sosial sudah menjadi platform utama bagi masyarakat untuk berbisnis. Hal ini dikarenakan media sosial dapat menjadi peluang dalam berbisnis untuk memperluas jaringan pasar serta meningkatkan identitas merek. Swissotel Jakarta PIK Avenue merupakan perusahaan jasa dalam bidang perhotelan yang menjalankan aktivitas marketingnya melalui media sosial. Swissotel Jakarta PIK Avenue dalam mengimplementasikan strategi marketingnya, memanfaatkan media sosial sebagai sarana dalam mempromosikan produk serta melakukan riset pasar untuk mengoptimalkan strategi marketingnya. Penulis diberi kesempatan untuk menjalankan praktik magang selama 800 jam pada divisi *Marketing Communications*. Dalam divisi *Marketing Communications*, penulis mendapat banyak pembelajaran terhadap peran media sosial di Swissotel Jakarta PIK Avenue. Berbagai tugas dan tanggung jawab yang dilakukan penulis selama magang di divisi *Marketing Communications* adalah membuat perencanaan konten untuk media sosial, membuat dan mempublikasikan konten di media sosial. Melakukan pengawasan media sosial, membuat *caption* untuk konten media sosial, membuat *interactive story*, membuat *press release*, mendata dan mengundang KOL atau Influencer, menangani persiapan acara, membuat *weekly report*, membuat *monthly report*, membuat *P&L Variance Report*, Membuat *daily report*, dan membantu menangani proses *photoshoot* maupun *videoshoot*. Penulis menyadari bahwa seluruh tugas dan tanggung jawab harus dilakukan dengan benar agar aktivitas marketing dapat menghasilkan profitabilitas yang maksimal dan menjangkau pasaryang lebih besar. Sehingga kesimpulan yang didapat penulis yaitu peran media sosial sangat berpengaruh dan dibutuhkan agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas, memperbesar identitas merek, serta menghasilkan profitabilitas yang maksimal.

Kata kunci: Media Sosial, Marketing, Perhotelan, Strategi Marketing

THE ROLE OF SOCIAL MEDIA AT SWISSOTEL JAKARTA PIK AVENUE

(Elfie Fransiska)

ABSTRACT

Social media has become the main platform for people to do business. This is because social media can be an opportunity in doing business to expand market networks and increase brand identity. Swissotel Jakarta PIK Avenue is a service company in the hospitality sector that carries out its marketing activities through social media. Swissotel Jakarta PIK Avenue, in implementing its marketing strategy, utilizes social media as a means of promoting products and conducting market research to optimize its marketing strategy. The author was given the opportunity to carry out internship practices for 800 hours in the Marketing Communications division. In the Marketing Communications division, the author learned a lot about the role of social media at Swissotel Jakarta PIK Avenue. The various tasks and responsibilities carried out by the author during his internship in the Marketing Communications division were planning content for social media, creating and publishing content on social media. Supervising social media, creating captions for social media content, creating interactive stories, creating press releases, registering and inviting KOLs or Influencers, handling event preparation, creating weekly reports, creating monthly reports, creating P&L Variance Reports, creating daily reports, and helping to handle the photoshoot and video shoot process. The author realizes that all tasks and responsibilities must be done correctly so that marketing activities can produce maximum profitability and reach a larger market. So that the conclusion obtained by the author is that the role of social media is very influential and needed in order to reach a wider market, enlarge brand identity, and generate maximum profitability.

Keywords: Hospitality, Marketing Communications, Marketing Strategy, Social Media,

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iii
HALAMAN PERSETUJUAN MAGANG.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....	12
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	12
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	12
1.3.2 Prosedur Kerja Magang.....	13
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	15
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	15
2.1.1 Visi Misi.....	20
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	21
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	26
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	26
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	28
3.2.1 Tugas dan Uraian Kerja Magang	28

3.2.1.1 Media Sosial.....	32
3.2.1.2 Press release	41
3.2.1.3 Event	43
3.2.1.4 Laporan	47
3.2.1.5 Membantu dan menangani proses <i>photoshoot</i> maupun <i>video shoot</i>	56
3.3 Kendala yang Ditemukan	57
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	58
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....	59
4.1 Kesimpulan	59
4.2 Saran.....	62
4.2.1 Saran untuk Perusahaan	62
4.2.2 Saran untuk Universitas	62
4.2.3 Saran untuk Mahasiswa yang akan magang.....	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN.....	65



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Tabel Tugas Kerja Magang.....	31
--	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia	3
Gambar 1. 2 Platform Media Sosial yang Sering di kunjungi	4
Gambar 1. 3 fitur untuk berbisnis	8
Gambar 1. 4 aktivitas marketing Swissotel Saat Pandemi.....	10
Gambar 2. 1 Logo Swissotel Jakarta PIK Avenue.....	16
Gambar 2. 2 Aksi Swissotel Jakarta PIK Avenue dalam rangka SOS Children’s Villages	17
Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Swissotel Jakarta PIK Avenue	21
Gambar 3. 1 Struktur Kedudukan dan Koordinasi Marketing Communications..	26
Gambar 3. 2 Akun Media Sosial Instagram Swissotel Jakarta PIK Avenue	33
Gambar 3. 3 Perencanaan Konten untuk Media Sosial.....	34
Gambar 3. 4 Konten Media Sosial	36
Gambar 3. 5 Interaksi pada Instagram	37
Gambar 3. 6 Caption Media Sosial	38
Gambar 3. 7 Syarat dan Ketentuan Pembuatan Caption	39
Gambar 3. 8 Interactive Story	40
Gambar 3. 9 Draft Press Release.....	42
Gambar 3. 10 Foto bersama KOL	44
Gambar 3. 11 List KOL	45
Gambar 3. 12 Dokumentasi Persiapan Acara	47
Gambar 3. 13 Pembuatan Weekly Report.....	48
Gambar 3. 14 Aktivitas Marketing.....	49
Gambar 3. 15 Hasil aktivitas marketing Swissotel Jakarta PIK Avenue	50

Gambar 3. 16 Social Media Competitor review.....	51
Gambar 3. 17 Monthly Report	53
Gambar 3. 18 Dokumen Pembuatan P&L Report.....	54
Gambar 3. 19 Pembuatan Daily Report	55
Gambar 3. 20 aktivitas Photoshoot & Video Shoot.....	56



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Pengantar MBKM 01	65
Lampiran 2: Kartu MBKM 02	66
Lampiran 3: Daily Task MBKM 03	67
Lampiran 4: Lembar Verifikasi Laporan MBKM 04.....	111
Lampiran 5: Surat Penerimaan MBKM (LoA)	112
Lampiran 6: Bimbingan Laporan Magang	113
Lampiran 7: Pengecekan Hasil Turnitin	114

