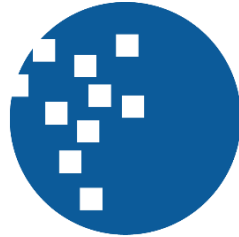


**AKTIVITAS *CONTENT MARKETING EXECUTIVE* PADA
SOCIAL BREAD DALAM MELAYANI UMKM**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

CALISTA AGITIA

00000042735

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

2023

**AKTIVITAS *CONTENT MARKETING EXECUTIVE* PADA
SOCIAL BREAD DALAM MELAYANI UMKM**



LAPORAN MAGANG

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

CALISTA AGITIA

00000042735

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2023

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Calista Agitia

Nomor Induk Mahasiswa : 00000042735

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

AKTIVITAS *CONTENT MARKETING EXECUTIVE* PADA SOCIAL BREAD DALAM MELAYANI UMKM

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, 14 Desember 2023



Calista Agitia

UMMNI
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan Magang dengan judul
**AKTIVITAS *CONTENT MARKETING EXECUTIVE* PADA
SOCIAL BREAD DALAM MELAYANI UMKM**

Oleh
Nama : Calista Agitia
NIM : 0000004735
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 14 Desember 2023

Pembimbing



Drs. Asep Sutresna, M.A.
NIDN 0307126303

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**AKTIVITAS *CONTENT MARKETING EXECUTIVE* PADA
SOCIAL BREAD DALAM MELAYANI UMKM**

Oleh

Nama : Calista Agitia

NIM : 00000042735

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 21 Desember 2023

Pukul 15.00 s.d 16.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji



Drs. Asep Sutresna, M.A.

Dr. Tangguh Okta Wibowo,

S.Hum., M.A.

NIDN 0307126303

NIDN 0320109004

Pembimbing



Drs. Asep Sutresna, M.A.

NIDN 0307126303

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugerah Bangun, S.Sos., M.Si.

NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Calista Agitia
NIM : 00000042735
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya Ilmiah : 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:

AKTIVITAS *CONTENT MARKETING EXECUTIVE* PADA SOCIAL BREAD DALAM MELAYANI UMKM

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, 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.

Tangerang, 14 Desember 2023

Yang menyatakan,



Calista Agitia

U N I V E R S I T A
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul:

“AKTIVITAS *CONTENT MARKETING EXECUTIVE* PADA SOCIAL BREAD DALAM MELAYANI UMKM” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan magang ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Drs. Asep Sutresna, M.A. selaku Pembimbing Magang yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan magang ini.
5. Bapak Dr. Tangguh Okta Wibowo, S.Hum., M.A. selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Papa, Mama, dan adik saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Tim *Project Assistant Social Bread* (Ko Jeh, Ben, Ci Michelle, Felicia, Sasa, dan Kak Nessa) yang telah memberikan pelajaran dan pengalaman selama saya menjalani masa kerja magang.
8. Audrey, Ilona, Marcella, Michelle, Nabila, dan Marcelino sebagai teman-teman dekat saya yang sudah membantu dan memberikan semangat untuk saya selama proses pembuatan laporan.

Semoga laporan magang ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi ke depannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 14 Desember 2023



Calista Agitia



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

AKTIVITAS CONTENT MARKETING EXECUTIVE DALAM PADA SOCIAL BREAD DALAM MELAYANI UMKM

Calista Agitia

ABSTRAK

Latar belakang pemilihan tempat magang adalah karena UMKM adalah bagian yang penting bagi kemajuan perekonomian negara. Akan tetapi, tantangan bagi UMKM adalah rendahnya keterampilan dan pengetahuan akan pemasaran digital yang krusial di era digital ini. Tujuan dari kerja magang ini adalah untuk mendapat gambaran kerja sebagai pemasaran digital, secara khusus pemasaran digital untuk UMKM. Perusahaan yang menjadi tempat kerja magang adalah Social Bread, yaitu sebuah platform yang menjawab kebutuhan bagi para pelaku UMKM untuk mengembangkan usahanya dengan memanfaatkan pemasaran digital, termasuk pemasaran konten. Posisi yang dipilih dalam kerja magang adalah sebagai pemasaran konten di bawah asisten proyek. Pekerjaan sebagai pemasaran digital meliputi brief konten, perencanaan konten, dan komunikasi eksternal. Kendala utama selama kerja magang adalah keterbatasan komunikasi lewat Qisqus, tenggat waktu yang cepat, dan terlalu ragamnya kategori konten. Kesimpulan dari kerja magang ini adalah pemasaran digital yang sukses memerlukan proses komunikasi yang baik sehingga informasi dapat tersampaikan sesuai dengan yang diharapkan oleh pemasar.

Kata kunci: Pemasaran Digital, Brief Konten, Perencanaan Konten

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

CONTENT MARKETING EXECUTIVE ACTIVITY AT SOCIAL BREAD IN SERVING MSEMS

Calista Agitia

ABSTRACT

The background of choosing an internship place is because MSMEs are an important part of the country's economic progress. However, the challenge for MSMEs is the low skills and knowledge of digital marketing which is crucial in this digital era. The purpose of this internship is to get an overview of work as digital marketing, specifically digital marketing for MSMEs. The company that becomes an internship place is Social Bread, a platform that answers the needs of MSME entrepreneurs to develop their businesses by utilizing digital marketing, including content marketing. The position chosen in the internship is as content marketing under a project assistant. Jobs as digital marketers include content brief, content planning, and external communication. The main obstacles during the internship are limited communication through Qisqus, fast deadlines, and too wide variety of content categories. The conclusion of this internship is that successful digital marketing requires a good communication process so that information can be conveyed as expected by marketers.

Keywords: *Digital Marketing, Content Brief, Content Planning*

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iii
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang	7
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	7
BAB II GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI	10
2.1 Tentang Social Bread	10
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	15
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang	15
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang	16
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	28
4.1 Simpulan	28
4.2 Saran	29
DAFTAR PUSTAKA	32
LAMPIRAN	34

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Timeline Kerja Magang...	18
------------------------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan UMKM di Indonesia.....	1
Gambar 1.2 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia... ..	2
Gambar 1.3 Jumlah Waktu yang Dhabiskan Pengguna Media di Indonesia	3
Gambar 1.4 Media Social yang Banyak Digunakan di Indonesia	5
Gambar 2.1 Logo Social Bread	10
Gambar 2.2 Sturktur Organisasi Social Bread.....	12
Gambar 2.3 Struktur Divisi Project Assistant	12
Gambar 3.1 Alur Kerja Magang... ..	15
Gambar 3.2 Memulai Komunikasi dengan Klien melalui Platform	18
Gambar 3.3 Komunikasi dengan Klien pada Qisqus	19
Gambar 3.4 Content Bried untuk Tim Creative	22
Gambar 3.5 Content Planning untuk Tim Creative	23
Gambar 3.6 Contoh Konten yang telah Dipublikasi... ..	24

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat MBKM 01.....	32
Lampiran B Surat MBKM 02.....	33
Lampiran C Daily Task (MBKM 03).....	34
Lampiran D Pengecekan Hasil Turnitin.....	55
Lampiran E Surat Penerimaan Magang.....	56
Lampiran F Bukti Bimbingan Magang.....	57
Lampiran G Curicullum Vitae.....	58
Lampiran H Dokumentasi Selama Magang.....	59

