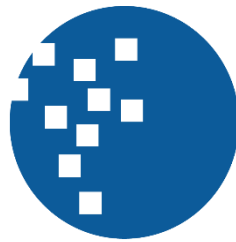


**AKTIVITAS CONTENT WRITER
DALAM DIVISI DIGITAL MARKETING
DI PT ELTEAN LUHUR KENCANA (SEBAMED INDONESIA)**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

**Keanny Ovia Ghaisany
0000051133**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI STRATEGIS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024**

**AKTIVITAS CONTENT WRITER
DALAM DIVISI DIGITAL MARKETING
DI PT ELTEAN LUHUR KENCANA (SEBAMED INDONESIA)**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG
Diajukan Sebagai Pemenuhan Syarat Dalam
Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Keanny Ovia Ghaisany
0000051133

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI STRATEGIS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan,

Nama : Keanny Ovia Ghaisany

No induk : 00000051133

Program studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa laporan magang dengan judul:

AKTIVITAS CONTENT WRITER DALAM DIVISI DIGITAL MARKETING DI PT ELTEAN LUHUR KENCANA (Sebamed Indonesia)

adalah hasil karya saya sendiri. Bukan merupakan plagiarisme dan juga tidak ditulis oleh orang lain, dan semua sumber yang dikutip dan dirujuk telah dicantumkan dengan benar dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka.

Apabila terbukti terdapat kecurangan/kejanggalan dalam makalah saya, baik yang berkaitan dengan proses MBKM maupun penulisan laporan, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Mata Kuliah MBKM yang saya ikuti. Saya juga akan menanggung segala akibat hukum terhadap saya dan tidak akan melibatkan Universitas Multimedia Nusantara, terkait tindakan plagiarisme.

adalah hasil karya saya sendiri. Bukan merupakan plagiarisme dan juga tidak ditulis oleh orang lain, dan semua sumber yang dikutip dan dirujuk telah dicantumkan dengan benar dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka.

Apabila terbukti terdapat kecurangan/kejanggalan dalam makalah saya, baik yang berkaitan dengan proses MBKM maupun penulisan laporan, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Mata Kuliah MBKM yang saya ikuti. Saya juga akan menanggung segala akibat hukum terhadap saya dan tidak akan melibatkan Universitas Multimedia Nusantara, terkait tindakan plagiarisme

Tangerang, 2 Januari 2024



(Keanny Ovia Ghaisany)

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan Magang dengan judul

AKTIVITAS MEDIA SOSIAL DALAM DIVISI DIGITAL MARKETING DI PT. ELTEAN LUHURKENCANA (SEBAMED INDONESIA)

Oleh

Nama : Keanny Ovia Ghaisany
NIM : 00000051133
Program Studi : Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 3 Januari 2024

Pembimbing


Maria Advenita Gita Elmada, S.IKom., M.Si.
NIDN 0309129202

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky
Anugrah Bangun
2024.01.03
13:36:50 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Keanny Ovia Ghaisany

No. Induk : 00000051133

Program Studi : Komunikasi Strategis

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Tipe Laporan : Laporan Magang

Menyatakan bahwa saya memberikan hak penuh atas laporan ini kepada Universitas Multimedia Nusantara dalam hal publikasi sehingga laporan yang saya buat dapat digunakan dalam kepentingan studi mahasiswa di Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 2 Januari 2024



(Keanny Ovia Ghaisany)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang senantiasa memberikan kelancaran dalam penyelesaian laporan magang yang berjudul “AKTIVITAS CONTENT WRITER DALAM DIVISI DIGITAL MARKETING DI PT. ELTEAN LUHURKENCANA (SEBAMED INDONESIA)” yang disusun agar memenuhi salah satu syarat kelulusan agar mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Komunikasi Strategis Universitas Multimedia Nusantara. Tak terlewatkan juga dukungan serta bantuan dari berbagai pihak yang mendorong semangat penulis dalam menyusun laporan ini, oleh karena itu penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada:

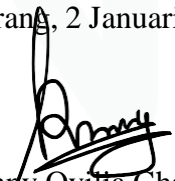
1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A. selaku Rektor Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, S Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara
4. Ibu Maria Advenita Gita Elmada, S.I.Kom., M.Di sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan juga motivasi atas terselesaikannya laporan magang ini.
5. Ibu penulis yang telah mendedikasikan waktunya untuk merawat dan memberikan pendidikan yang terbaik untuk anak-anaknya, serta kaka penulis Tasya Shafira yang selalu memberikan masukan selama praktik magang berlangsung hingga penyelesaian laporan magang ini.
6. Sahabat penulis, Putri Laviyana dan Aldhi Firmansyah yang telah meluangkan waktunya untuk membantu dalam penyusunan laporan

magang ini serta mensupport kesehatan mental sehingga penulis dapat menyusun laporan ini dengan perasaan tenang.

7. Sahabat di kampus sekaligus teman seperjuangan, grup “Sukses Jalur Langit” yang juga memberikan support serta dorongan agar bersama dapat menuntaskan laporan magang tepat waktu
8. Rani, Dinda, Hani, dan juga Vina yang merupakan teman sedari Sekolah Dasar dan berjuang bersama untuk kelancaran kelulusan pada kampus masing-masing
9. Bu Hedia, bu Lynna, ka Dinda, ka Ventie, dan juga mas Imron dari divisi Digital Marketing yang telah memberikan canda tawa sekaligus membimbing penulis selama melakukan kegiatan magang di perusahaan tersebut.
10. Ade Syaputra selaku pasangan yang senantiasa menguatkan penulis dalam menjalankan kegiatan magang, dan juga penyelesaian laporan magang ini.

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

Tangerang, 2 Januari 2024



(Keanny Ovilia Ghaisany)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan magang dengan judul:

AKTIVITAS CONTENT WRITER DALAM DIVISI DIGITAL MARKETING DI PT. ELTEAN LUHURKENCANA

Nama lengkap : Keanny Ovia Ghaisany
No Induk : 00000051133
Program Studi : Ilmu Komunikasi Strategis
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 11 Januari 2024
pukul 13.00 sampai 14.00, dan dinyatakan
LULUS

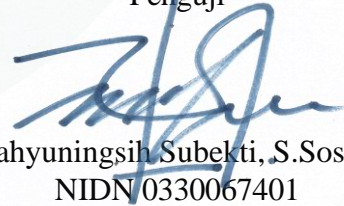
Dengan susunan penguji sebagai berikut:

Ketua Sidang



Maria Advenita Gita Elmada, S.IKom., M.Si.
NIDN 0309129202

Penguji



Dr. Wahyuningsih Subekti, S.Sos., M.Si.
NIDN 0330067401

Pembimbing



Maria Advenita Gita Elmada, S.IKom., M.Si.
NIDN 0309129202

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky
Anugrah Bangun
2024.01.22 14:34:30
+07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

**AKTIVITAS CONTENT WRITER
DALAM DIVISI DIGITAL MARKETING
DI PT ELTEAN LUHUR KENCANA
(SEBAMED INDONESIA)**

(Keanny Ovila Ghaisany)

ABSTRAK

Saat ini pemasaran melalui media sosial sedang marak dilakukan oleh berbagai pelaku usaha, terlebih ketika kita mulai memasuki era digital. Salah satu bidang industri yang menggunakan media sosial dalam strategi komunikasi pemasaran digitalnya ialah industri kosmetik dan kecantikan. Berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan pasal 1 no. 3, industri kosmetika adalah sektor yang memproduksi produk kecantikan yang memiliki izin usaha industri atau tanda daftar industri sesuai ketentuan regulasi yang berlaku, contohnya seperti yang dilakukan oleh Sebamed Indonesia. Sebamed Indonesia berada dalam naungan PT. Eltean Luhurkencana sebagai distributor utama produk dari merek Sebapharma asal Jerman. Penulis memilih Sebamed Indonesia sebagai tempat magang dikarenakan Sebamed Indonesia sudah terkenal sejak tahun 1994, selain itu penulis melihat bahwa Sebamed Indonesia sebagai salah satu merek yang berada pada sektor produk *self care* telah berhasil mempertahankan posisinya di pasar, dan juga mengalami peningkatan *engagement* media sosialnya setiap bulan. Untuk itulah penulis ingin belajar lebih dalam mengenai operasional media sosial yang dilakukan oleh Sebamed Indonesia dengan melaksanakan magang di PT. Eltean Luhurkencana (Sebamed Indonesia). Tentunya dalam pelaksanaan magang ini ditemukan juga beberapa kendala seperti kurangnya SDM dalam *social media internship* sehingga penulis mengerjakan tugas media sosial seorang diri, namun untuk mengatasi hal ini penulis mempelajari bagaimana mengatur waktu yang efisien agar pekerjaan dapat dituntaskan sesuai dengan *deadline* yang telah ditetapkan.

Kata kunci: *Content writing, Social media marketing, SOSTAC, Copywriting, Sebamed Indonesia*

**CONTENT WRITER ACTIVITY
IN THE DIGITAL MARKETING DIVISION
AT PT ELTEAN LUHUR KENCANA (SEBAMED INDONESIA)**

(Keanny Ovia Ghaisany)

ABSTRACT

Currently marketing via social media is being widely used by various business actors, especially when we start to enter the digital era. One industry sector that uses social media in its digital marketing communication strategy is the cosmetics and beauty industry. Based on Minister of Health Regulation article 1 no. 3, the cosmetics industry is a sector that produces beauty products that have an industrial business license or industrial registration certificate in accordance with applicable regulatory provisions, for example, as is done by Sebamed Indonesia. Sebamed Indonesia is under the auspices of PT. Eltean Luhurkencana as the main distributor of products from the German brand Sebapharma. The author chose Sebamed Indonesia as an internship place because Sebamed Indonesia has been famous since 1994. Apart from that, the author sees that Sebamed Indonesia, as one of the brands in the self care product sector, has succeeded in maintaining its position in the market, and has also experienced an increase in social media engagement every month. . For this reason, the author wants to learn more deeply about the social media operations carried out by Sebamed Indonesia by carrying out an internship at PT. Eltean Luhurkencana (Sebamed Indonesia). Of course, during the implementation of this internship, several obstacles were also found, such as a lack of human resources in the social media internship, so the author carried out the social media assignments alone, but to overcome this, the author learned how to manage time efficiently so that the work could be completed according to the deadline that had been set.

Keywords : content writing, Social media marketing, SOSTAC, Copywriting, Sebamed Indonesia

DAFTAR ISI

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang	6
1.3 Waktu dan Pelaksanaan Kerja Magang.....	6
1.3.1 Pelaksanaan Kerja Magang.....	6
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	7
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	7
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	8
2.2 Struktur Organisasi	13
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	16
3.1 Kedudukan dan koordinasi.....	16
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	17
3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang.....	23
3.4 Kendala yang Dihadapi.....	Error! Bookmark not defined.
3.5 Penyelesaian Masalah	Error! Bookmark not defined.
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	57
4.1 Simpulan	57
4.2 Saran	58
LAMPIRAN	61

DAFTAR TABEL

Tabel 3.2.1 Tugas Media Sosial <i>Intern</i>	19
Tabel 3.2.2 Timeline Tugas	19



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.1 Pengguna internet di Indonesia	1
Gambar 1.1.2 Data Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia	3
Gambar 1.1.2 Pendapatan produk perawatan diri dan kecantikan	4
Gambar 2.1.1 Logo Sebamed.....	8
Gambar 2.1.2 Sebamed Clear Face	9
Gambar 2.1.3 Sebamed Anti - Dry.....	10
Gambar 2.1.4 Sebamed Anti – Ageing	11
Gambar 2.1.5 Sebamed Extreme Dry Skin	11
Gambar 2.1.6 Sebamed Baby.....	12
Gambar 2.1.7 Contoh Konten	13
Gambar 2.2.1 Struktur Organisasi PT Eltean Luhurkencana	13
Bagan 3.1.1 Alur konten	17
Gambar 3.2.1 Poster Webinar	20
Gambar 3.2.2 Email Blast.....	21
Gambar 3.2.2.1 Website Asana.....	54
Gambar 3.2.2.1 Handle Kolom Komentar	32
Gambar 3.2.2.2 Kolom Komentar.....	32
Gambar 3.2.2.3 <i>Reposting Story</i> KOL	33
Gambar 3.2.2.4 <i>Highlights</i> Instagram.....	34
Gambar 3.2.2.5.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 3.2.2.6 contoh content planning	38
Gambar 3.2.2.7 Taktik dalam bentuk konten.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 3.2.2.8 Insight Video TikTok.....	47
Gambar 3.2.2.9 Contoh Copywriting dalam konten	48
Gambar 3.2.2.10 <i>Copywriting</i> dalam Caption	52