



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

LAPORAN KERJA MAGANG

AKTIVITAS *SOCIAL MEDIA* SEBAGAI BAGIAN DARI

DIVISI *MARKETING COMMUNICATION* PUSPITA

MARTHA INTERNATIONAL BEAUTY SCHOOL

(PERIODE 02 OKTOBER 2017 – 02 JANUARI 2018)



Nama : Balkis Aryanti

NIM : 14140110296

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

KONSENTRASI PUBLIC RELATIONS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA TANGERANG

2018

PENGESAHAN LAPORAN KERJA MAGANG
AKTIVITAS SOCIAL MEDIA SEBAGAI BAGIAN DARI DIVISI
MARKETING COMMUNICATION PUSPITA MARTHA
INTERNATIONAL BEAUTY SCHOOL

Oleh

Nama : Balkis Aryanti
NIM : 14140110296
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Tangerang, 24 Januari 2018

Pembimbing

Nugroho Putranto Pratomo

Pengaji

C. Eko Hadi Saputro., S.E., M.M

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA
Mengetahui :
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Inco Mary Perdana, S. Ikom.M.S

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT

DALAM PENYUSUNAN LAPORAN KERJA MAGANG

Dengan ini saya:

Nama : Balkis Aryanti
NIM : 14140110296
Program Studi : Ilmu Komunikasi - *Public Relations*

Menyatakan bahwa saya telah melaksanakan praktik kerja magang:

Nama Perusahaan : PT. Martha Beauty Gallery
(Puspita Martha International Beauty School)
Divisi : *Marketing Communication Intern*
Alamat : Jl. K.H Wahid Hayim 19-23
Jakarta Pusat - Indonesia
Periode Magang : 02 Oktober 2017 – 02 Januari 2017
Pembimbing Lapangan : Charlotte M. A. U Kesaulya

Laporan kerja magang merupakan hasil karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan plagiat. Semua kutipan karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam laporan magang ini telah saya sebutkan sumber kutipannya serta saya cantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan / penyimpangan baik dalam pelaksanaan kerja magang maupun dalam penulisan laporan kerja magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan tidak lulus untuk mata kuliah kerja magang yang saya tempuh.

Tangerang, 24 Januari 2018


Balkis Aryanti

ABSTRAK

Menyadari fenomena melonjaknya permintaan maupun keinginan masyarakat, khususnya di kalangan wanita akan suatu produk kecantikan, membuat bisnis dalam industri kecantikan menjadi semakin berkembang sehingga membuat persaingan menjadi semakin ketat. Namun, situasi tersebut banyak dijadikan peluang bagi para produsen, perusahaan, maupun pelaku bisnis di Indonesia. Puspita Martha International Beauty School merupakan salah satu yang memanfaatkan situasi tersebut sebagai peluang untuk membentuk strategi terencana dalam upaya memenangkan persaingan dan mempertahankan eksistensinya dalam industri sekolah kecantikan.

Puspita Martha memanfaatkan penggunaan *social media* dalam pelaksanaan aktivitas *Marketing Communication*, yang bertujuan untuk menarik perhatian masyarakat, meningkatkan *awareness*, meningkatkan penjualan, serta meningkatkan jumlah siswa ajar. Berbagai kegiatan dilakukan penulis bersama tim selama masa kerja magang guna tercapainya tujuan dan pesan perusahaan. Hal inilah yang melatarbelakangi penulis untuk melakukan praktik kerja magang di Puspita Martha International Beauty School.

Tujuan dari penulisan laporan magang ini adalah untuk mengetahui, memahami, serta ikut terjun langsung dalam perencanaan dan pelaksanaan aktivitas *social media* pada divisi *Marketing Communication* yang dilakukan perusahaan, serta mengetahui peran *Social Media* di Puspita Martha International Beauty School. Setelah melaksanakan praktik kerja magang selama 3 (tiga) bulan, penulis dapat menyimpulkan bahwa upaya menarik perhatian masyarakat agar *aware* dan *loyal* terhadap perusahaan, perlu adanya perasaan peka dan kritis terhadap perkembangan yang ada, agar media dalam pelaksanaan strategi yang dirancang perusahaan dapat menjangkau target dengan lebih mudah.

Kata kunci : Puspita Martha International Beauty School, *Social Media*, *Marketing Communication*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah Yang Maha Kuasa atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan praktik kerja magang serta laporan magang yang berjudul “AKTIVITAS SOCIAL MEDIA SEBAGAI BAGIAN DARI DIVISI MARKETING COMMUNICATION PUSPITA MARTHA INTERNATIONAL BEAUTY SCHOOL” dapat penulis selesaikan dengan baik dan tepat waktu. Laporan magang ini merupakan salah satu kewajiban penulis dalam memenuhi praktik kerja magang yang dilaksanakan pada semester tujuh di Universitas Multimedia Nusantara. Penyusunan laporan magang didasarkan atas kerja magang yang dilakukan penulis di Puspita Martha International Beauty School selama tiga bulan.

Selama menjalankan praktik kerja magang, penulis mendapatkan banyak pengetahuan baru serta pengalaman yang belum pernah penulis dapatkan sebelumnya. Penulis dapat memahami proses rumit, suka, dan duka dalam dunia kerja yang sesungguhnya, khususnya dalam divisi *Marketing Communication*. Penulis juga menyadari bahwa melaksanakan suatu kegiatan perlu adanya koordinasi dan strategi yang baik.

Praktik kerja magang dan penyusunan laporan ini tidak terlepas dari berbagai pihak yang berperan mendukung penulis, oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Bapak Nugroho Putranto Pratomo, selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan masukan, bantuan, serta dukungan selama penulis menyusun hingga menyelesaikan laporan ini.
2. Bapak Inco Hary Perdana, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Charlotte Manilyn Amanda Ulyana Kesaulya, selaku pembimbing lapangan penulis yang telah memberikan kesempatan, ilmu, dan dukungannya kepada penulis.
4. Ayah, Ibu, Ojan, Kak Nana, dan Kak Muri, yang selalu menjadi *support system* penulis, terima kasih atas doa serta dukungan yang menguatkan

penulis dari awal pencarian magang, pelaksanaan magang hingga penulisan laporan magang ini. Juga terima kasih karena telah mengerti, memahami, serta menampung segala keluh kesah penulis.

5. Akhmad Rifqi Haryanto, yang selalu menjadi *support system* kedua penulis, atas saran, dukungan, bantuan, dan semangat yang diberikan kepada penulis dari awal pencarian magang, pelaksanaan magang hingga penulisan laporan magang ini.
6. Veda, Muthia, Adis, Nadya, Sisca, Rani, Renata, Gandhez, Nissa, Yuni, Diana, Octa, Althof, dan Ghifari, selaku rekan Intern penulis yang telah memberikan dukungan, masukan, semangat, serta berbagi cerita bersama penulis selama masa kerja magang.
7. Sindy, Venda, Anggi, Prisil, Frisa, Nurul, Imel, dan Gisel, selaku teman seperjuangan penulis, yang telah memberikan bantuan dan dukungan moral dari awal hingga selesai penulisan laporan magang ini.
8. Suci Wulandari dan Akmelia, selaku rekan penulis yang selalu memberikan bantuan serta dukungan selama penulis menjalankan praktik kerja magang.

Penulis menyadari masih adanya kekurangan pada laporan ini, oleh karena itu penulis terbuka dalam menerima kritik dan saran yang membangun untuk memperbaiki laporan magang ini hingga menjadi lebih baik. Semoga laporan ini bermanfaat bagi para pembacanya.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Tangerang, Januari 2018



Balkis Aryanti

DAFTAR ISI

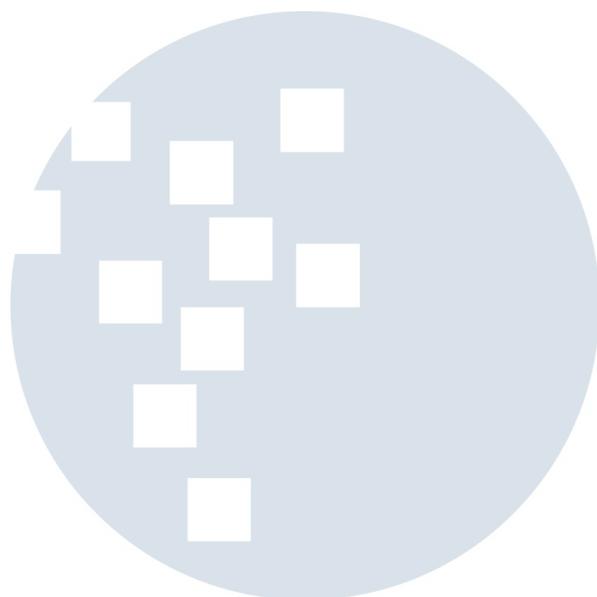
HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Kerja Magang	4
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	4
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	4
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	5
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	7
2.1 Profil Perusahaan	7
2.1.1 Sejarah Perusahaan	7
2.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	10
2.1.2.1 Visi Perusahaan	10
2.1.2.2 Misi Perusahaan	10
2.1.3 Logo Perusahaan	10
2.1.4 Struktur Organisasi.....	11
2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait.....	14
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....	16
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	16
3.2 Tugas Yang Dilakukan.....	17
3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang	22
3.3.1 <i>Social Media Content</i>	22
3.3.2 <i>Customer Relationship Management</i>	27
3.3.3 Kegiatan Tambahan Lain	29

3.3.4 Kegiatan Tahunan	32
3.4 Kendala dan Solusi Proses Kerja Magang	32
3.4.1 Kendala yang Dihadapi	32
3.4.2 Solusi Atas Kendala Yang Dihadapi	33
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	35
4.1 Kesimpulan	35
4.2 Saran.....	36
4.2.1 Saran Bagi Universitas.....	36
4.2.2 Saran Bagi Perusahaan.....	36
DAFTAR PUSTAKA	37
LAMPIRAN	xi
LAMPIRAN A.....	xii
LAMPIRAN B	xiii
LAMPIRAN C	xiv
LAMPIRAN D	xv



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Rincian jenis pekerjaan permringgu.....	17
Tabel 3.2 Realisasi kerja mahasiswa.....	21



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Struktur Organisasi PT. Martha Tilaar Group.....	7
Gambar 2.2 Logo PT. Martha Beauty Gallery	10
Gambar 2.3 Logo Puspita Martha International Beauty School	11
Gambar 2.4 Struktur Organisasi PT. Martha Beauty Gallery	11
Gambar 3.1 Instagram Puspita Martha	25
Gambar 3.2 Contoh Konten Instagram Post	26
Gambar 3.3 Contoh Wording pada Konten Instagram Post.....	27



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA