

**PERAN SOCIAL MEDIA SPECIALIST PADA PT MOC
MILENIAL INDONESIA**



LAPORAN MBKM

Giovanni Cahyadi Ho

0000055184

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024**

PERAN SOCIAL MEDIA SPECIALIST PADA PT MOC

MILENIAL INDONESIA



LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Giovanni Cahyadi Ho

0000055184

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Giovanni Cahyadi Ho

Nomor Induk Mahasiswa : 00000055184

Program studi : Manajemen

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

“Peran *Social Media Specialist* pada PT MOC Milenial Indonesia”

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, 17 Mei 2024



Giovanni Cahyadi Ho

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan magang dengan judul Peran Social Media Specialist di PT MOC Milenial
Indonesia

Oleh

Nama : Giovanni Cahyadi Ho

NIM : 00000055184

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 17 Mei 2023

Pembimbing



Kanon Mommsen Wongkar, S.H., M.H.
0301078204

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O.
0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul
**PERAN SOCIAL MEDIA SPECIALIST PADA PT MOC MILENIAL
INDONESIA**

Oleh
Nama : Giovanni Cahyadi Ho
NIM : 00000055184
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Senin, 10 Juni 2024
Pukul 12.00 s/d 13.00 WIB dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing



**Kanon Mommsen Wongkar,
S.H., M.H.
0301078204**

Penguji



**Dr. Wanda Gema Pradio Akbar
Hidayat, S.M.B., M.M.
0705069103**

Ketua Program Studi Manajemen



**Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O.
0323047801**

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Giovanni Cahyadi Ho

NIM : 00000055184

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Jenis Karya : Laporan MBKM

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 SPECIALIST PADA PT MOC MILENIAL INDONESIA

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, 13 Mei 2024

Yang menyatakan,



Giovanni Cahyadi Ho

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan MBKM ini dengan judul: “Peran *Social Media Specialist* pada PT MOC Milenial Indonesia” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar S1 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, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ibu Dr. Florentina Kurniasari, T., S.Sos., MBA., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Kanon Mommsen Wongkar, S.H., M.H., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM.
5. Ibu Kharisma Puteri Arfani dan Bapak Faizal Nur Apriyadi, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM.
6. Bapak Firas Alauddin Syuhada, sebagai Mentor yang telah memberikan pengalaman kerja dan ruang untuk terus berkembang, serta mendukung secara fisik dan mental selama melakukan tugas praktik kerja magang.
7. Kepada PT MOC Milenial Indonesia yang telah menerima dan memberikan kesempatan untuk belajar dan berkembang, serta memberikan apresiasi dan penghargaan atas segala tugas yang telah dilakukan.
8. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.

9. Teman-teman pada Universitas Multimedia Nusantara yang telah mendukung secara fisik dan mental, baik selama periode pelaksanaan kerja magang dan penyelesaian penyusunan laporan MBKM ini.
10. Teman-teman pada PT MOC Milenial Indonesia yang telah mendukung secara fisik dan mental sehingga tugas selama kerja magang dapat diselesaikan dengan baik dan seksama.

Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat dan wawasan yang baru kepada pembaca yang ingin mengetahui dan mengenali lingkungan dunia kerja, serta mempelajari tugas-tugas dari peran *social media specialist*.

Tangerang, 13 Mei 2024



Giovanni Cahyadi Ho

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERAN *SOCIAL MEDIA SPECIALIST* PADA PT MOC

MILENIAL INDONESIA

Giovanni Cahyadi Ho

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan teknologi telah mendorong pelaku usaha untuk memanfaatkan teknologi digital, terutama dalam aspek pemasaran. Salah satu media yang efektif adalah media sosial, dimana peran *social media specialist* menjadi kebutuhan bagi perusahaan besar untuk membantu mengelola media sosial suatu *brand*. Penulis diterima dalam posisi *social media specialist intern* di PT MOC Milenial Indonesia – perusahaan dengan lingkungan kerja yang positif dan memiliki pekerja milenial sehingga memberikan ruang yang nyaman untuk berkembang secara profesional dan pribadi. Dalam peran ini, penulis ditugaskan untuk merancang *roadmap* dan *content plan* yang sesuai dengan citra merek, mengembangkan strategi promosi, dan meningkatkan kemampuan dalam *editing*. Selain dari tugas tersebut, penulis pun menganalisis dan memberikan *report* atas tingkat *engagement* pada media sosial Instagram. Pada awalnya, tingkat *engagement* cukup menurun, dimana penulis pun mengusulkan solusi untuk menerapkan konsep konten yang baru sehingga tingkat *engagement* dapat meningkat dan berpengaruh positif terhadap tingkat penjualan. Namun, pada perusahaan ini, penulis tak hanya ditugaskan menjadi *social media specialist*, tetapi juga membantu sebagai *content creator*. Hal ini menjadi kesempatan untuk mengasah kemampuan, serta kendala bagi penulis karena adanya beban kerja yang cukup berat. Meskipun demikian, penulis dapat mengatur kendala dengan mengatur waktu pengerjaan tugas secara baik melalui pembagian tugas.

Kata kunci: *Social Media Specialist, Content Creator, Roadmap, Content Plan, Pemasaran Media Sosial.*

THE ROLE OF SOCIAL MEDIA SPECIALIST ON PT MOC

MILENIAL INDONESIA

Giovanni Cahyadi Ho

ABSTRACT (English)

The rapid development of technology has encouraged businesses to market digitally. One effective medium is social media, where the role as a social media specialist becomes a necessity to help manage a brand's social media. The writer was accepted as a social media specialist intern at PT MOC Milenial Indonesia – a company with a positive work environment of millennial workers, which provides a comfortable space for professional dan personal growth. In this role, the writer was assigned to design roadmap dan content plan that aligns with the brand image, develop promotional strategies, and improve editing skills. In addition, the writer analyzed dan provided engagement level reports on the social media Instagram. Initially, the engagement rate was low that the writer proposed a solution to implement new content concept to increase engagement, which positively influence sales. However, during the process of working as an intern, the writer was not only assigned as a social media specialist, but also helped as a content creator. This was an opportunity to hone skills, as well as a challenge for the writer due to a relatively heavy workload. Nevertheless, the writer could solve this challenge by effectively managing task completion time through proper task distribution.

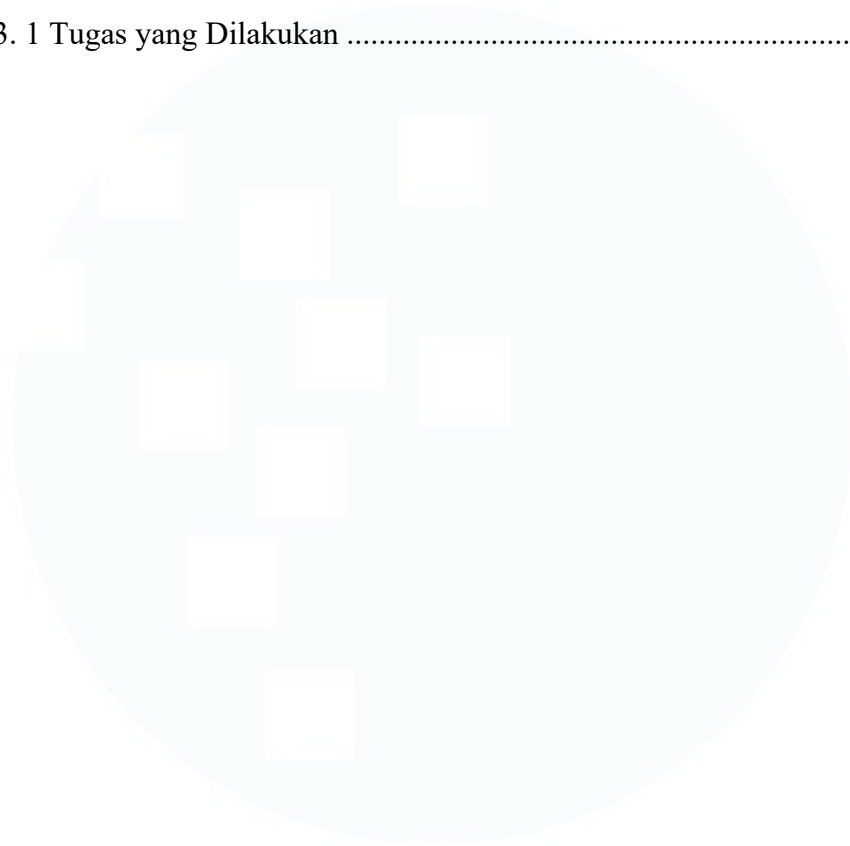
Keywords: *Social Media Specialist, Content Creator, Roadmap, Content Plan, Social Media Marketing*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT (English)</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....	6
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	7
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	10
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	10
2.2 Visi Misi.....	18
2.3 Struktur Organisasi	19
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	21
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	21
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	22
3.3 Hasil Tugas yang Dilakukan	55
3.4 Kendala yang Ditemukan	59
3.5 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	61
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	63
4.1 Simpulan	63
4.2 Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN.....	71

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Tugas yang Dilakukan	24
---------------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Jumlah Startup Secara Global per Januari 2024	2
Gambar 1. 2 Data Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia 2023	3
Gambar 1. 3 Data Jumlah Pengguna pada Setiap Platform Media Sosial di Indonesia 2023	4
Gambar 1. 4 Data Pengguna/Pembeli E-commerce di Indonesia 2023	5
Gambar 2. 1 Logo PT MOC Milenial Indonesia.....	10
Gambar 2. 2 Tampilan Brand & Produk Kesehatan S-GROW	11
Gambar 2. 3 Tampilan Brand & Produk Kesehatan Smart Vision	12
Gambar 2. 4 Tampilan Brand & Produk Kesehatan Purityfic	12
Gambar 2. 5 Tampilan Brand & Produk Kesehatan Smart Breast.....	13
Gambar 2. 6 Tampilan Brand & Produk Kesehatan Gentletality.....	14
Gambar 2. 7 Tampilan Brand & Produk Kesehatan Master Weight Gain.....	14
Gambar 2. 8 Tampilan Brand & Produk Kesehatan S-Diety	15
Gambar 2. 9 Tampilan Brand & Produk Kesehatan Sambal Mak Pandawa.....	16
Gambar 2. 10 Tampilan Brand & Produk Kesehatan Gracious Healthy Instant ..	17
Gambar 2. 11 Struktur Organisasi Perusahaan	19
Gambar 3. 1 Struktur Kedudukan dan Koordinasi Magang.....	21
Gambar 3. 2 Roadmap dan Campaign Konten Instagram Bulan Februari	31
Gambar 3. 3 Roadmap dan Campaign Konten Instagram Bulan April.....	32
Gambar 3. 4 Rancangan Tampilan Feeds Minggu ke-1 Bulan Februari.....	36
Gambar 3. 5 Struktur Content Plan dan Content Brief	36
Gambar 3. 6 Copywriting Caption Instagram Feeds.....	38
Gambar 3. 7 Instagram Story Plan Gracious Healthy Instant	39
Gambar 3. 8 Konten Instagram Story bulan April	40
Gambar 3. 9 Contoh Hasil Perancangan Promo Gracious Healthy Instant.....	42
Gambar 3. 10 Brief Desain Promo Gracious Healthy Instant.....	44
<i>Gambar 3. 11 Hasil Desain Promo Sesuai Brief</i>	44
Gambar 3. 12 Content Script Konten Resep Masak Gracious Healthy Instant ...	47
Gambar 3. 13 Content Script Diet Gracious Healthy Instant.....	48
<i>Gambar 3. 14 Shooting Konten Video</i>	50
<i>Gambar 3. 15 Photoshoot Brand</i>	51
Gambar 3. 16 Hasil Konten Video Editing	52
Gambar 3. 17 Berperan sebagai Talent untuk Shooting	54
Gambar 3. 18 Grafik Jumlah Penjualan Gracious Healthy Instant Per Bulan	56
Gambar 3. 19 Perbedaan Tingkat Engagement pada Media Sosial Brand	57
Gambar 3. 20 Hasil Instagram Insight untuk Konsep Konten Baru	57
Gambar 3. 21 Penghargaan Internship of the Month Bulan Januari	59

DAFTAR LAMPIRAN

A. Surat Pengantar MBKM - MBKM 01	71
B. Kartu MBKM – MBKM 02.....	72
C. Daily Task MBKM – MBKM 03.....	73
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM – MBKM 04.....	105
E. Surat Penerimaan MBKM (LoA).....	106
F. Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin.....	107
G. Semua hasil karya tugas yang dilakukan selama MBKM	108

