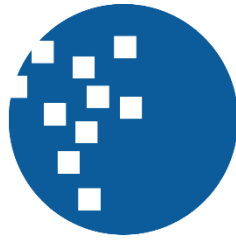


**PERAN *SOCIAL MEDIA INTERN* DALAM DEPARTMEN
PEMASARAN DI PT NUSAMETA**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Diajukan sebagai syarat untuk memperoleh

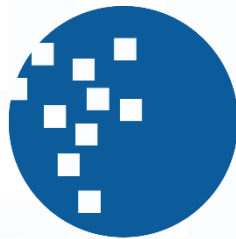
Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)

ARDEN JEREMY

00000055442

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

**PERAN *SOCIAL MEDIA INTERN* DALAM DEPARTMEN
PEMASARAN DI PT NUSAMETA**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Diajukan sebagai syarat untuk memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)

ARDEN JEREMY

0000055442

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Arden Jeremy

Nomor Induk Mahasiswa : **00000055442**

Program studi : Manajemen

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

PERAN *SOCIAL MEDIA INTERN* DALAM DEPARTMEN PEMASARAN DI PT NUSAMETA

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, 5 Juni 2024



Arden Jeremy

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan magang dengan judul

PERAN *MARKETING INTERN* DALAM DEPARTEMEN *MARKETING* DI PT OPTIK TUNGGAL SEMPURNA

Oleh

Nama : Arden Jeremy
NIM : 00000055442
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 20 Mei 2024

Pembimbing

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M
0323047801



Purnamaningsih, S.E., M.S.M
0323047801

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul
**PERAN *SOCIAL MEDIA INTERN* DALAM DEPARTMEN
PEMASARAN DI PT NUSAMETA**

Oleh

Nama : Arden Jeremy
NIM : 00000055442
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Rabu, 5 Juni 2024
Pukul 10.00 s/d 11.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing

Penguji


Purnamaningsih, S.E., M.S.M
0323047801


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

Ketua Program Studi Manajemen


Purnamaningsih, S.E., M.S.M
0323047801

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Arden Jeremy
NIM : 00000055442
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
JenisKarya : 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 INTERN* DALAM DEPARTMEN PEMASARAN DI PT NUSAMETA

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, 20 Mei 2024

Yang menyatakan,



(Arden Jeremy)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan praktik kerja magang ini dengan judul: “Peran *Social Media Intern* dalam Departemen Marketing di PT Nusameta” 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., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Bapak Adhi Wahyudin, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Kepada Perusahaan PT Nusameta
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini..
8. Manajer dan seluruh staf marketing PT Nusameta yang telah membimbing dan selalu bersedia membantu Penulis selama masa praktik kerja magang.
9. Teman-teman yang telah mendukung, memotivasi, dan mendampingi Penulis dalam pembuatan laporan ini.

Berkat dukungan dan bantuan orang-orang yang disebut diatas, Penulis dapat menyelesaikan praktik magang beserta dengan laporan ini. Penulis berharap ini dapat memberikan manfaat kepada bagi para pembacanya. Penulis sadar penuh bahwa laporan ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, Penulis meminta maaf jika ada kesalahan atau kekurangan yang terdapat dalam laporan ini. Penulis sangat terbuka untuk segala kritik dan saran agar dapat berkembang lebih jauh lagi. Terakhir, Penulis mengucapkan terima kasih.

Tangerang, 20 Mei 2024



(Arden Jeremy)

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERAN *SOCIAL MEDIA INTERN* DALAM DEPARTMEN PEMASARAN DI PT NUSAMETA

Arden Jeremy

ABSTRAK

Di tengah perkembangan dunia digital ini, sudah banyak perkembangan dari strategi dalam melakukan pemasaran, seperti dengan melakukan pemasaran melalui media sosial. Pada masyarakat Indonesia sendiri mayoritas menggemari untuk menggunakan media sosial. Menggunakan media sosial sebagai jembatan untuk berinteraksi dengan konsumen merupakan strategi pemasaran yang baik di era ini. Perusahaan dapat menggunakan strategi *digital marketing* ini untuk dapat membangun kesadaran merk kepada konsumen dan juga dapat melakukan interaksi serta memahami keinginan dari konsumen. Dengan membangun kesadaran merk pada perusahaan tentunya juga akan lebih mudah untuk membangun *branding* perusahaan untuk lebih mudah dikenali oleh audiens dan masyarakat.

Kata kunci: *Social Media Marketing*, Kesadaran merk, *Branding*

***THE ROLE OF SOCIAL MEDIA INTERN IN THE MARKETING
DEPARTMENT AT PT NUSAMETA***

Arden Jeremy

ABSTRACT (English)

In the midst of the current digital world development, there have been many advancements in marketing strategies, such as marketing through social media. In Indonesia, the majority of people enjoy using social media. Using social media as a bridge to interact with consumers is a good marketing strategy in this era. Companies can use this digital marketing strategy to build brand awareness among consumers and also to interact with and understand their desires. By building brand awareness, it will be easier for companies to establish their branding, making it more recognizable to the audience and the public.

Keywords: *Social Media Marketing, Brand Awareness, Branding*

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

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	2
HALAMAN PERSETUJUAN.....	3
HALAMAN PENGESAHAN.....	4
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	5
KATA PENGANTAR.....	6
ABSTRAK.....	8
ABSTRACT (English).....	9
DAFTAR ISI.....	10
DAFTAR TABEL.....	11
DAFTAR GAMBAR.....	12
DAFTAR LAMPIRAN.....	14
BAB I	
PENDAHULUAN.....	15
1.1. Latar Belakang.....	15
Gambar 1.1 Pengguna Media Sosial di Indonesia.....	17
Gambar 1.2 Jenis Media Sosial Terbanyak di Indonesia.....	18
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....	19
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	20
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang.....	20
1.3.2 Prosedur Kerja Magang.....	20
BAB II	
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	22
2.1 Tentang Perusahaan.....	22
1.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	22
Gambar 2.1 Nagara Blockchain.....	23
Gambar 2.2 Kunjungan Nusameta ke Binus.....	24
1.1.2 Visi Misi Perusahaan.....	25
1.1.3 Logo perusahaan.....	26
Gambar 2.3 LOGO PERUSAHAAN NUSAMETA.....	26
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	27
Gambar 2.4 Struktur Organisasi Nusameta.....	27
BAB III	
PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....	32
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	32

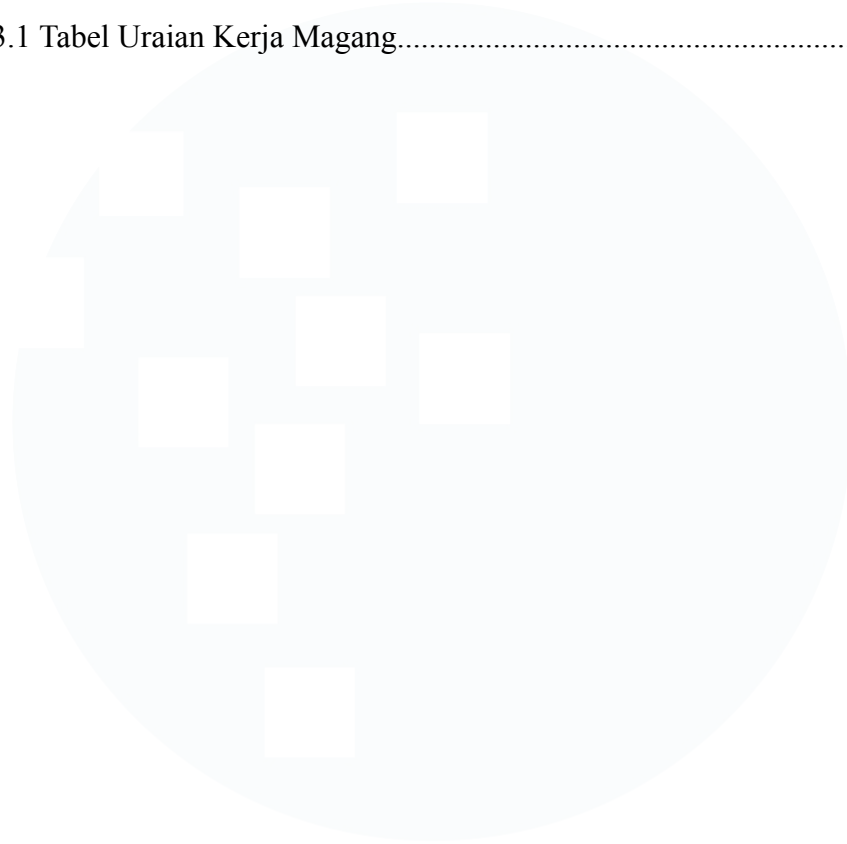
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	33
Tabel 3.1 Tabel Uraian Kerja Magang.....	40
3.2.1 Membuat draft konten untuk media sosial perusahaan.....	40
Gambar 3.1 Draft konten.....	41
Gambar 3.2 Prototype Design.....	42
Gambar 3.3 Hasil akhir.....	43
3.2.2 Membuat content brief konten media sosial.....	44
Gambar 3.4 Content Brief Creative Design.....	45
Gambar 3.5 Content Brief Talent.....	46
Gambar 3.6 Brief NUSA ASK.....	47
3.2.3 Menjadi talent dalam membuat konten media sosial.....	48
Gambar 3.7 Contoh Konten Tiktok.....	48
Gambar 3.8 Contoh Konten Reels Instagram.....	50
Gambar 3.9 Konten Nusa Studio Reels Instagram.....	51
3.2.4 Membuat caption untuk konten media sosial Instagram.....	52
Gambar 3.10 Caption Instagram Feeds.....	53
Gambar 3.11 Contoh caption yang telah digunakan pada konten Instagram.....	54
3.2.5 Membuat konten atau berita yang menarik untuk komunitas perusahaan.....	54
Gambar 3.12 Editorial plan Nusameta Community.....	55
Gambar 3.13 Contoh berita yang telah di unggah ke Discord.....	56
3.2.6 Membuat gambar yang menarik atau animasi menarik untuk berita atau konten komunitas perusahaan.....	56
Gambar 3.14 Hasil Visualisasi berita tanggal 8 Mei 2024.....	57
Gambar 3.15 Hasil Visualisasi berita tanggal 17 Mei 2024.....	57
3.2.7 Melakukan moderasi pada media sosial “Discord”.....	58
Gambar 3.16 Moderasi Discord Nusameta.....	59
Gambar 3.17 Membuat Announcement ke Komunitas.....	60
3.2.8 Membantu dokumentasi pada acara workshop perusahaan.....	60
Gambar 3.18 Workshop Nusameta di Binus Bekasi.....	61
Gambar 3.19 Workshop Nusameta di Binus Kemanggisan.....	62
3.2.9 Membantu proses editing untuk konten video dari dokumentasi event workshop.....	63
Gambar 3.20 proses editing video Workshop Nusameta.....	63
Gambar 3.21 Konten Santa Angela.....	64
3.2.10 Melakukan marketing research untuk konten konten media sosial....	65

Gambar 3.22 Research Palworld Community.....	66
Gambar 3.23 Content Marketing Research.....	67
3.3 Kendala yang Ditemukan.....	68
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	70
BAB IV	
SIMPULAN DAN SARAN.....	71
4.1 Simpulan.....	71
4.2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	75
LAMPIRAN.....	76
A. Surat Pengantar MBKM (MBKM 01).....	77
B. Kartu MBKM (MBKM 02).....	78
C. Daily Task Kewirausahaan (MBKM 03).....	79
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04).....	105
E. Surat Penerimaan MBKM (LoA).....	106
F. Lampiran pengecekan hasil Turnitin.....	107



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel Uraian Kerja Magang..... 41



U M M N

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Media Sosial di Indonesia.....	21
Gambar 1.2 Jenis Media Sosial Terbanyak di Indonesia.....	22
Gambar 2.1 Nagara Blockchain.....	27
Gambar 2.2 Kunjungan Nusameta ke Binus.....	28
Gambar 2.3 LOGO PERUSAHAAN NUSAMETA.....	30
Gambar 2.4 Struktur Organisasi Nusameta.....	31
Gambar 3.1 Draft konten.....	45
Gambar 3.2 Prototype Design.....	46
Gambar 3.3 Hasil akhir.....	47
Gambar 3.4 Content Brief Creative Design.....	49
Gambar 3.5 Content Brief Talent.....	50
Gambar 3.6 Brief NUSA ASK.....	51
Gambar 3.7 Contoh Konten Tiktok.....	52
Gambar 3.8 Contoh Konten Reels Instagram.....	54
Gambar 3.9 Konten Nusa Studio Reels Instagram.....	55
Gambar 3.10 Caption Instagram Feeds.....	57
Gambar 3.11 Contoh caption yang telah digunakan pada konten Instagram.....	58
Gambar 3.12 Editorial plan Nusameta Community.....	59
Gambar 3.13 Contoh berita yang telah di unggah ke Discord.....	60
Gambar 3.14 Hasil Visualisasi berita tanggal 8 Mei 2024.....	61
Gambar 3.15 Hasil Visualisasi berita tanggal 17 Mei 2024.....	61
Gambar 3.16 Moderasi Discord Nusameta.....	63
Gambar 3.17 Membuat Announcement ke Komunitas.....	64
Gambar 3.18 Workshop Nusameta di Binus Bekasi.....	65
Gambar 3.19 Workshop Nusameta di Binus Kemanggisan.....	66
Gambar 3.20 proses editing video Workshop Nusameta.....	67
Gambar 3.21 Konten Santa Angela.....	68
Gambar 3.22 Research Palworld Community.....	70
Gambar 3.23 Content Marketing Research.....	71

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN.....	81
A. Surat Pengantar MBKM (MBKM 01).....	82
B. Kartu MBKM (MBKM 02).....	83
C. Daily Task Kewirausahaan (MBKM 03).....	84
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04).....	110
E. Surat Penerimaan MBKM (LoA).....	111
F. Lampiran pengecekan hasil Turnitin.....	112

