

**PERAN SOCIAL MEDIA SPECIALIST INTERN DALAM
MENDUKUNG MARKETING DI PT. FLITTS MAGISTA
INDONESIA**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Gisella Christiani Tamawijaya

0000059106

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

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Gisella Christiani Tamawijaya

Nomor Induk Mahasiswa : 00000059106

Program studi : Manajemen

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

PERAN SOCIAL MEDIA SPECIALIST INTERN DALAM MENDUKUNG MARKETING DI PT. FLITTS MAGISTA 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



(Gisella Christiani Tamawijaya)

UMM
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

1

Peran Social Media..., Gisella Christiani, Universitas Multimedia Nusantara

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

1

Peran Social Media..., Gisella Christiani, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan MBKM Penelitian dengan judul PERAN SOCIAL MEDIA
SPECIALIST INTERN DALAM Mendukung Marketing Di PT. FLITTS
MAGISTA INDONESIA

Oleh

Nama : Gisella Christiani Tamawijaya

NIM : 00000059106

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Laporan MBKM Penelitian Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 17 Mei 2024

Pembimbing



Ir. D. Wim Prihanto, M.M.

L00035

Ketua Program Studi Manajemen



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

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul
PERAN SOCIAL MEDIA SPECIALIST INTERN DALAM MENDUKUNG
MARKETING DI PT. FLITTS MAGISTA INDONESIA

Oleh
Nama : Gisella Christiani Tamawijaya
NIM : 00000059106
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Jumat, 7 Juni 2024
Pukul 08.00 s/d 09.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing



Ir. D. Wim Prihanto, M.M.
0312126610

Penguji



Putu Yani Pratiwi, S.T., M.M.
0314018302

Ketua Program Studi Manajemen



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

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Gisella Christiani Tamawijaya

NIM : 00000059106

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Jenis Karya : Laporan MBKM

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PERAN SOCIAL MEDIA SPECIALIST INTERN DALAM MENDUKUNG
MARKETING DI PT. FLITTS MAGISTA 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, 17 Mei 2024

Yang menyatakan,



(Gisella Christiani Tamawijaya)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan MBKM ini dengan judul: “PERAN SOCIAL MEDIA SPECIALIST INTERN DALAM MENDUKUNG MARKETING DI PT. FLITTS MAGISTA 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. Dr. Ninok Leksono, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. 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 Ir. D. Wim Prihanto, M.M., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Bapak Rio Harsono dan Ibu Ory Tuada, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Seluruh rekan dan karyawan PT. Flitts Magista Indonesia yang telah menerima dan membantu penulis selama melakukan praktik kerja magang.
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.
8. Teman - teman yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis selama proses penulisan laporan MBKM ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan selama proses magang. Penulis menyadari bahwa laporan MBKM ini belum sempurna. Oleh karena itu, penulis menyambut baik

kritik dan saran yang membangun agar dapat dijadikan sebagai kesempatan pembelajaran di masa yang akan datang. Penulis menyampaikan apresiasi kepada para pembaca yang telah mendedikasikan waktunya untuk membaca dengan teliti laporan MBKM ini, Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat baik untuk sumber informasi maupun sumber inspirasi yang berharga bagi para pembaca.

Tangerang, 17 Mei 2024



(Gisella Christiani Tamawijaya)

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

PERAN SOCIAL MEDIA SPECIALIST INTERN DALAM MENDUKUNG MARKETING DI PT. FLITTS MAGISTA

INDONESIA

(Gisella Christiani Tamawijaya)

ABSTRAK

Penulis memilih PT. Flitts Magista Indonesia menjadi tempat menjalankan praktik kerja magang karena perusahaan ini bekerja di bidang teknologi dan *social media* yang sesuai dengan minat dan ketertarikan penulis. Selain itu, posisi pekerjaan yang ditawarkan oleh perusahaan ini yaitu posisi Social Media Specialist Intern dapat membantu penulis dalam menerapkan dan mengembangkan ilmu serta kemampuan terkait Digital Marketing di dunia kerja yang telah dipelajari selama masa perkuliahan. Selama menjalankan praktik kerja magang, penulis menemukan kendala seperti harus berhadapan dengan algoritma *social media* yang terus berubah namun penulis dapat menanganinya dengan penulis selalu *up to date* terhadap setiap perubahan atau pembaruan pada algoritma Instagram dan penulis juga konsisten dalam mengunggah konten untuk menjaga visibilitas di feed pengguna serta mengembangkan jadwal *posting* yang konsisten dan selaras dengan preferensi dan pola keterlibatan audiens *social media* perusahaan. Selain itu, penulis juga memaksimalkan strategi untuk meningkatkan kesempatan agar konten dapat muncul di beranda pengguna dengan menggunakan *hashtag* dan *trending audio*.

Kata kunci: *Social Media, Marketing, Konten*

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

THE ROLE OF SOCIAL MEDIA SPECIALIST INTERN IN SUPPORTING MARKETING AT PT. FLITTS MAGISTA

INDONESIA

(Gisella Christiani Tamawijaya)

ABSTRACT (English)

The author chose PT. Flitts Magista Indonesia is a place to carry out internship work because this company works in the field of technology and social media which suits the author's interests and passions. Apart from that, the job position offered by this company, namely the Social Media Specialist Intern position, can help the author apply and develop the knowledge and skills related to Digital Marketing in the world of work that have been learned during the lecture period. During the internship, the author encountered obstacles such as having to deal with social media algorithms that were constantly changing, but the author was able to handle this by always being up to date with any changes or updates to the Instagram algorithm and the author was also consistent in uploading content to maintain visibility in the user's feed. and developing a posting schedule that is consistent and aligned with the preferences and engagement patterns of the company's social media audience. Apart from that, the author also maximizes strategies to increase the opportunity for content to appear on users' homepages by using hashtags and trending audio.

Keywords: Social Media, Marketing, Content

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	1
HALAMAN PERSETUJUAN	2
HALAMAN PENGESAHAN	3
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	4
KATA PENGANTAR	5
ABSTRAK	7
<i>ABSTRACT (English)</i>	8
DAFTAR ISI	9
DAFTAR TABEL	10
DAFTAR GAMBAR	11
DAFTAR LAMPIRAN	12
BAB I	
PENDAHULUAN	13
1.1 Latar Belakang	13
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang	15
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	15
BAB II	
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	17
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	17
2.2 Visi Misi Perusahaan	22
2.3 Struktur Organisasi Perusahaan	23
BAB III	24
PELAKSANAAN KERJA MAGANG	24
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	24
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	26
3.3 Kendala yang Ditemukan	47
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	48
3.5 Laporan Utama	49
BAB IV	
SIMPULAN DAN SARAN	60
4.1 Simpulan	60
4.2 Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	66

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas Utama Penulis

26

Tabel 3.2 Tugas Tambahan Penulis

29



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Penggunaan internet di Indonesia sampai pada Januari 2023	18
Gambar 2.2 Logo Flitts	19
Gambar 2.3 Daftar para klien yang bekerjasama dengan Flitts	20
Gambar 2.4 Website dari salah satu klien Flitts	20
Gambar 2.5 Website dari salah satu klien Flitts	21
Gambar 2.6 Website dari salah satu klien Flitts	21
Gambar 2.7 Website dari salah satu klien Flitts	21
Gambar 2.8 Website dari salah satu klien Flitts	22
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Flitts	24
Gambar 3.2 Akun Instagram dan Tiktok Flitts	32
Gambar 3.3 Kalender Jadwal Konten	33
Gambar 3.4 Draft atau Sketsa Konten	34
Gambar 3.5 Artikel untuk Website Perusahaan	36
Gambar 3.6 Konten Instagram	37
Gambar 3.7 Konten Video atau Instagram Reels	38
Gambar 3.8 Konten Instagram Story	39
Gambar 3.9 Konten Video di Akun TikTok Perusahaan	40
Gambar 3.10 Daftar KOL untuk Campaign Klien	41
Gambar 3.11 Mendampingi KOL untuk Campaign Klien	42
Gambar 3.12 Business Plan yang Disusun oleh Penulis	46
Gambar 3.13 Tampilan Instagram Sebelum Penulis Menjalankan Praktik Kerja Magang	50
Gambar 3.14 Tampilan Instagram Reels Sebelum Penulis Menjalankan Praktik Kerja Magang	51
Gambar 3.15 Tampilan Instagram Story Sebelum Penulis Menjalankan Praktik Kerja Magang	52
Gambar 3.16 Engagement Rate dari Instagram Perusahaan Sebelum Penulis Menjalankan Praktik Kerja Magang	53
Gambar 3.17 Tampilan Instagram Setelah Penulis Menjalankan Praktik Kerja Magang	54
Gambar 3.18 Tampilan Instagram Reels Setelah Penulis Menjalankan Praktik Kerja Magang	56
Gambar 3.19 Tampilan Instagram Story Setelah Penulis Menjalankan Praktik Kerja Magang	58
Gambar 3.20 Engagement Rate Instagram Perusahaan Setelah Perubahan yang Penulis Lakukan	59

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Pengantar MBKM - MBKM 01	67
Lampiran B Kartu MBKM - MBKM 02	69
Lampiran C Daily Task MBKM - MBKM 03	70
Lampiran D Lembar Verifikasi Laporan MBKM - MBKM 04	92
Lampiran E Surat Penerimaan MBKM (LoA)	93
Lampiran F Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin	94

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA