

**PENGGUNAAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* UNTUK  
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* SVSTAIN SEBAGAI  
PERUSAHAAN *FASHION***



**LAPORAN MBKM**

**Valencia Antoinette**

**0000060166**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

**PENGGUNAAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* UNTUK  
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* SVSTAIN SEBAGAI  
PERUSAHAAN *FASHION***



**LAPORAN MBKM**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

**Valencia Antoinette**

**0000060166**

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

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Valencia Antoinette

Nomor Induk Mahasiswa : 00000060166

Program studi : Manajemen

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

PENGUNAAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* UNTUK MENINGKATKAN  
*BRAND AWARENESS SVSTAIN* SEBAGAI PERUSAHAAN *FASHION*

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, 10 Juni 2024



(Valencia Antoinette)

## HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan MBKM dengan judul :

**PENGUNAAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* UNTUK  
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* SVSTAIN SEBAGAI  
PERUSAHAAN *FASHION***

Oleh

Nama : Valencia Antoinette

NIM : 00000060166

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Laporan Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 10 Juni 2024

Pembimbing

Ketua Program Studi Manajemen



Digitally signed by  
Eko Endarto  
L00195  
Date: 2024-06-12  
21:05+07:00

Eko Agus Prasetyo Endarto, S.E., M.M.  
NIDN : 0301087205



Purnamaningsih S.E., M.S.M  
NIDN : 0323047801

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul  
**PENGGUNAAN SOCIAL MEDIA MARKETING UNTUK  
MENINGKATKAN BRAND AWARENESS SVSTAIN SEBAGAI  
PERUSAHAAN FASHION**

Oleh  
Nama : Valencia Antoinette  
NIM : 00000060166  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Senin, 10 Juni 2024  
Pukul 08.00 s/d 09.00 dan dinyatakan  
**LULUS**  
Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

Pembimbing



Digitally signed by  
Eko Endarto  
L00195  
Date: 2024-06-12  
21:05+07:00

Eko Agus Prasetyo Endarto, S.E., M.M.  
NIDN : 0301087205

Penguji



Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A.  
NIDN : 0314047401

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih S.E., M.S.M  
NIDN : 0323047801

iv

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Valencia Antoinette

NIM : 00000060166

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:

**PENGUNAAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* SVSTAIN SEBAGAI PERUSAHAAN *FASHION***

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,



(Valencia Antoinette)

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan MBKM ini dengan judul: “Penggunaan *Social Media Marketing* Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Sustain Sebagai Perusahaan *Fashion*” 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. Tuhan yang Maha Esa
2. Bapak Dr. Ninok Leksono M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Dr. Florentina Kurniasari T., S.sos., MBA, selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Dr. Purnamaningsih S.E., M.S.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
5. Bapak Eko Agus Prasetyo Endarto, S.E., M.M., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
6. Kak Michelle Greysianti, Kak Hoky Nanda, dan Kak Rizky Novita sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
7. Kepada Perusahaan Skystar Ventures
8. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.

Semoga karya ilmiah ini, dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat menjadi referensi yang berguna bagi mahasiswa yang akan magang di masa depan. Selain itu, saya harap laporan ini dapat menjadi bahan evaluasi dan perbaikan

bagi Sustain dalam meningkatkan strategi pemasaran. Semoga pengalaman yang saya bagikan dalam laporan ini dapat menginspirasi para mahasiswa untuk terus berinovasi dan menerapkan ilmu yang didapat di bangku kuliah ke dalam dunia kerja.

Tangerang, 20 Mei 2024



(Valencia Antoinette)

UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



**PENGGUNAAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* UNTUK  
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS SVSTAIN* SEBAGAI  
PERUSAHAAN *FASHION***

(Valencia Antoinette)

**ABSTRAK**

Peranan *social media marketing* untuk meningkatkan *brand awareness* Svstain sebagai perusahaan *fashion* sangatlah berpengaruh. Pemilihan brand *fashion* Svstain sebagai tempat magang didasarkan pada minat penulis untuk mempelajari strategi *social media marketing* di dunia bisnis. Selain itu, penulis juga dapat mengimplementasikan teori yang dipelajari di bangku kuliah ke kerja nyata. Selama masa magang, penulis terlibat aktif dalam berbagai kegiatan kreatif. Dimulai dari pembuatan konten, *edit* konten, *upload* di media sosial, hingga meningkatkan interaksi dengan pengikut Svstain di media sosial, seperti Instagram dan TikTok. Kendala utama yang dihadapi penulis selama kerja magang adalah kondisi jalan yang mengganggu *rundown* kegiatan, perubahan algoritma media sosial tanpa pemberitahuan, dan keterbatasan anggaran untuk promosi berbayar. Namun, penulis dapat mengatasi semua kendala tersebut dengan melakukan perencanaan lebih matang dalam menentukan lokasi pembuatan konten, menganalisis performa konten secara rutin, dan mengikuti berbagai perlombaan untuk mendapat dana. Melalui laporan MBKM ini, diharapkan dapat menambah wawasan pembaca dalam memahami berbagai tantangan yang dihadapi oleh penulis di dunia kerja, serta solusi yang diterapkan selama masa magang di Svstain.

**Kata kunci:** *media sosial, marketing, brand awareness*

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

# UTILIZING SOCIAL MEDIA MARKETING TO ENHANCE

## BRAND AWARENESS FOR SVSTAIN AS A FASHION

### COMPANY

(Valencia Antoinette)

### *ABSTRACT (English)*

*The role of social media marketing in enhancing brand awareness for Svstain as a fashion company is highly significant. The choice of Svstain as an internship site was based on the author's interest in learning social media marketing strategies in the business world. Additionally, the author aimed to implement theories learned in college into real-world practice. During the internship, the author actively participated in various creative activities, including content creation, content editing, uploading on social media, and increasing engagement with Svstain's followers on platforms like Instagram and TikTok. The main challenges faced by the author during the internship included disruptions to the activity schedule due to road conditions, unannounced changes in social media algorithms, and budget limitations for paid promotions. However, the author overcame these challenges by making more thorough plans for content creation locations, regularly analyzing content performance, and participating in various competitions to secure funding. Through this MBKM report, it is hoped that readers will gain insights into the challenges faced by the author in the professional world and the solutions implemented during the internship at Svstain.*

**Keywords:** *social media, marketing, brand awareness*

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 .....	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 TABEL .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....</b>	<b>7</b>
<b>1.2.1 Maksud Kerja Magang .....</b>	<b>7</b>
<b>1.2.2 Tujuan Kerja Magang.....</b>	<b>7</b>
<b>1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang .....</b>	<b>8</b>
<b>1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang.....</b>	<b>8</b>
<b>1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang .....</b>	<b>9</b>
<b>BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....</b>	<b>10</b>
<b>2.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....</b>	<b>10</b>
<b>2.1.1 Visi Misi .....</b>	<b>12</b>
<b>2.2 Struktur Organisasi Perusahaan .....</b>	<b>14</b>
<b>BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG .....</b>	<b>19</b>
<b>3.1 Kedudukan dan Koordinasi .....</b>	<b>19</b>
<b>3.1.1 Daily Update.....</b>	<b>22</b>
<b>3.1.2 Weekly Meeting.....</b>	<b>23</b>
<b>3.1.3 Monthly Meeting.....</b>	<b>24</b>
<b>3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang .....</b>	<b>25</b>
<b>3.2.1 Tugas Kerja Magang.....</b>	<b>25</b>

3.2.2 Uraian Kerja Magang .....	27
3.3 Kendala yang Ditemukan.....	50
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan .....	51
<b>BAB IV SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>53</b>
4.1 Simpulan.....	53
4.2 Saran.....	54
4.2.1 Perusahaan .....	54
4.2.2 Universitas .....	54
4.2.3 Mahasiswa yang akan magang .....	54
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>56</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>57</b>



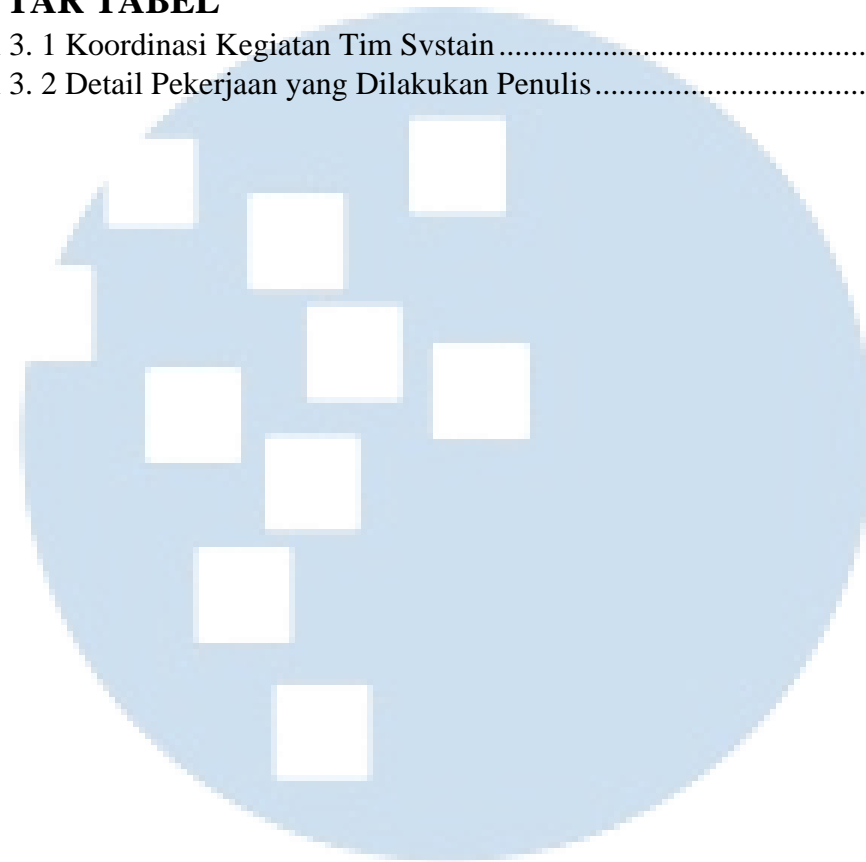
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Preferensi Belanja Online Masyarakat Indonesia.....	2
Gambar 1. 2 Most Used Social Media Platforms in Indonesia.....	4
Gambar 2. 1 Logo Skystar Ventures .....	10
Gambar 2. 2 Logo Brand Svstain.....	11
Gambar 2. 3 Penggunaan Produk Svstain.....	12
Gambar 2. 4 Struktur Organisasi Perusahaan .....	14
Gambar 2. 5 Struktur Organisasi Svstain.....	16
Gambar 3. 1 Kedudukan Struktur Organisasi Skystar dengan Svstain.....	19
Gambar 3. 2 Daily Update .....	22
Gambar 3. 3 Weekly Meeting by Grup Whatsapp.....	23
Gambar 3. 4 Kegiatan Asinkron Mingguan .....	24
Gambar 3. 5 Monthly Meeting dengan Mentor .....	25
Gambar 3. 6 Kegiatan Brainstorming .....	27
Gambar 3. 7 Contoh Content Calendar Bulan Mei .....	29
Gambar 3. 8 Dokumen Materi dan Briefing Konten Photoshoot .....	30
Gambar 3. 9 Photoshoot Produk Svstain.....	32
Gambar 3. 10 Proses Shooting Video Produk Svstain.....	34
Gambar 3. 11 Proses Meng-edit Foto .....	36
Gambar 3. 12 Klip Video yang Akan dan Sudah Diedit.....	37
Gambar 3. 13 Contoh Copywriting Konten Svstain di Instagram .....	38
Gambar 3. 14 Instagram Svstain .....	39
Gambar 3. 15 Contoh Foto di Feeds Instagram Svstain.....	40
Gambar 3. 16 Kumpulan Konten di Feeds Instagram yang Dibuat oleh Penulis .	41
Gambar 3. 17 Contoh Story di Instagram Svstain.....	42
Gambar 3. 18 Kumpulan Konten Story Instagram Svstain.....	43
Gambar 3. 19 Contoh Reels di Instagram Svstain .....	44
Gambar 3. 20 Kumpulan Konten yang Diunggah di Reels Instagram.....	45
Gambar 3. 21 Insights Reels Instagram Svstain .....	46
Gambar 3. 22 Akun TikTok Svstain .....	47
Gambar 3. 23 Kumpulan Konten yang Diunggah ke TikTok.....	48
Gambar 3. 24 Interaksi dengan Followers di Instagram .....	49

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 TABEL

Tabel 3. 1 Koordinasi Kegiatan Tim Svstain.....	22
Tabel 3. 2 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Penulis.....	27



UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pengantar MBKM .....	57
Lampiran 2 Kartu MBKM Kewirausahaan.....	58
Lampiran 3 Daily Task Kewirausahaan .....	59
Lampiran 4 Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan .....	73
Lampiran 5 Surat Penerimaan MBKM (LoA) .....	74
Lampiran 6 Hasil Turnitin.....	75
Lampiran 7 Foto-foto Selama Kerja Magang .....	76

