

**PERAN SOCIAL MEDIA DALAM MENGEKEMBANGKAN STRATEGI
PEMASARAN DIGITAL DI PT PRIORITAS JAYA INDONESIA**



ZAHRA SILVANA PUTRI

0000061338

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

**PERAN SOCIAL MEDIA DALAM MENGEMBANGKAN STRATEGI
PEMASARAN DIGITAL DI PT PRIORITAS JAYA INDONESIA**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen (S.M)

ZAHRA SILVANA PUTRI

0000061338

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

i

PERAN SOCIAL MEDIA DALAM MENGEMBANGKAN...., Zahra Silvana Putri,
Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Zahra Silvana Putri

Nomor Induk Mahasiswa : 00000061338

Program studi : Manajemen

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

PERAN SOCIAL MEDIA DALAM MENGEMBANGKAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DI PT PRIORITAS JAYA 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



Zahra Silvana Putri

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan MBKM dengan judul
**PERAN SOCIAL MEDIA DALAM MENGEMBANGKAN STRATEGI
PEMASARAN DIGITAL DI PT PRIORITAS JAYA INDONESIA**

Oleh

Nama : Zahra Silvana Putri

NIM : 00000061338

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Magang Universitas Multimedia Nusantara
Tangerang, 20 Mei 2024

Pembimbing



Anna Riana Putriya, S.E., M.Si.
NIDN: 0321107801

Ketua program studi manajemen



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

iii

PERAN SOCIAL MEDIA DALAM MENGEMBANGKAN..., Zahra Silvana Putri,
Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul

PERAN SOCIAL MEDIA DALAM MENGEMBANGKAN STRATEGI
PEMASARAN DIGITAL DI PT PRIORITAS JAYA INDONESIA

Oleh

Nama : Zahra Silvana Putri

NIM : 00000061338

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Selasa, 4 Juni 2024

Pukul 15.00 s/d 15.30 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut

Pembimbing

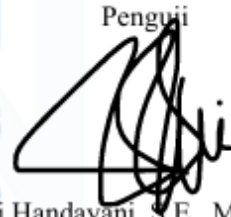


Anna Riana Putriya, S.E., M.Si.

NIDN : 0321107801

Ketua Program Studi Manajemen

Penguji



Nurina Putri Handayani, S.E., M.M.

NIDN : 0325129002



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

NIDN : 0323047801

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

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

Nama : Zahra Silvana Putri
NIM : 00000061138
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
JenisKarya : Laporan MBKM

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

**PERAN SOCIAL MEDIA DALAM MENGEMBANGKAN STRATEGI
PEMASARAN DIGITAL DI PT PRIORITAS JAYA 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,



Zahra Silvana Putri

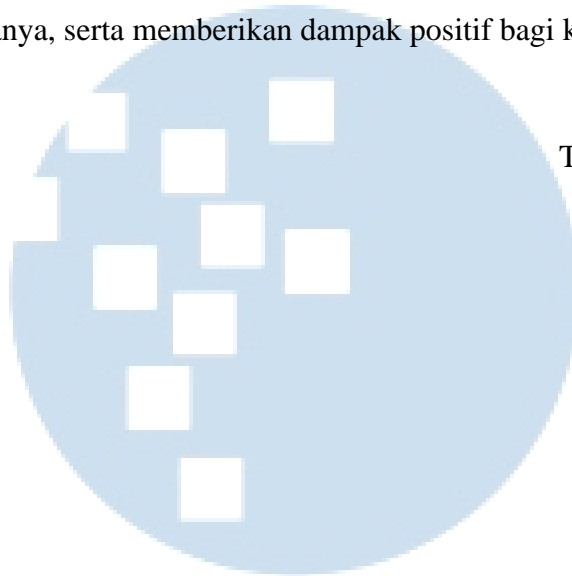
KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul: PERAN SOCIAL MEDIA DALAM MENGEMBANGKAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DI PT PRIORITAS JAYA INDONESIA dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana 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., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Purnamaningsih, S.E., M.S.M, selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Anna Riana Putriya, S.E., M.Si, sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Areza Sudira Razak sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Kepada Perusahaan PT Prioritas Jaya Indonesia yang sudah memberikan kesempatan untuk bisa menjadi bagian dari perusahaan.
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.

Sebagai penutup, saya berharap pengalaman yang saya peroleh selama magang dan dalam penyusunan laporan ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca. Saya berharap laporan ini bisa memberikan pengetahuan yang berharga dan gambaran yang lebih jelas tentang peran social media dalam sebuah organisasi. Selama magang, saya

terlibat langsung dalam berbagai kegiatan perusahaan, mempelajari proses, kebijakan, dan praktik yang terkait dengan manajemen media sosial perusahaan. Saya berharap laporan ini dapat memberikan wawasan dan pemahaman tentang dunia kerja, baik bagi mahasiswa maupun pihak lain yang tertarik dengan bidang ini. Akhir kata, semoga laporan ini bermanfaat dan dapat dijadikan sebagai referensi yang berharga bagi siapa saja yang membacanya, serta memberikan dampak positif bagi kita semua.



Tangerang, 17 Mei 2024

Penulis

Zahra Silvana Putri

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERAN SOCIAL MEDIA DALAM MENGEMBANGKAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DI PT PRIORITAS JAYA INDONESIA

Zahra Silvana Putri

ABSTRAK

PT Prioritas Jaya Indonesia adalah perusahaan manufaktur dan distribusi kosmetik yang menawarkan produk sendiri serta jasa pembuatan private label untuk brand lain, dengan model bisnis B2B dan B2C. Pemilihan perusahaan ini dilatarbelakangi oleh minat penulis terhadap industri kecantikan dan keinginan untuk mengeksplorasi media sosial dalam konteks pemasaran digital. PT Prioritas Jaya Indonesia melihat Instagram dan TikTok memiliki potensi untuk meningkatkan pengikutannya dan memperkenalkan mereknya. Untuk mempromosikan produknya, perusahaan aktif membuat konten menarik di Instagram dan TikTok. PT Prioritas Jaya Indonesia berhasil membangun komunitas internet yang kuat dan meningkatkan profil mereknya di media sosial dengan fokus pada kreativitas dan interaksi. Perusahaan terus mengembangkan konten yang relevan dan menarik dalam menghadapi persaingan yang ketat. PT Prioritas Jaya Indonesia bertekad untuk tetap menjadi pemimpin dalam industri kosmetik yang terus berubah melalui strategi pemasaran digital yang adaptif dan kemitraan yang kokoh dengan platform digital. Perlunya menjaga konsistensi dan relevansi konten di berbagai platform, terutama dengan perubahan algoritma dan tren yang cepat berganti. Dengan dedikasi dan usaha, penulis berhasil mengatasi kendala tersebut melalui penerapan strategi manajemen waktu yang efektif, meningkatkan komunikasi dalam tim, dan adaptasi cepat terhadap lingkungan kerja baru.

Kata kunci: *Social Media Intern, Social Media, Cosmetic Manufacturing, Internship, Beauty Industry.*

THE ROLE OF A SOCIAL MEDIA IN DEVELOPING DIGITAL MARKETING STRATEGIES AT PT PRIORITAS JAYA INDONESIA

Zahra Silvana Putri

ABSTRACT

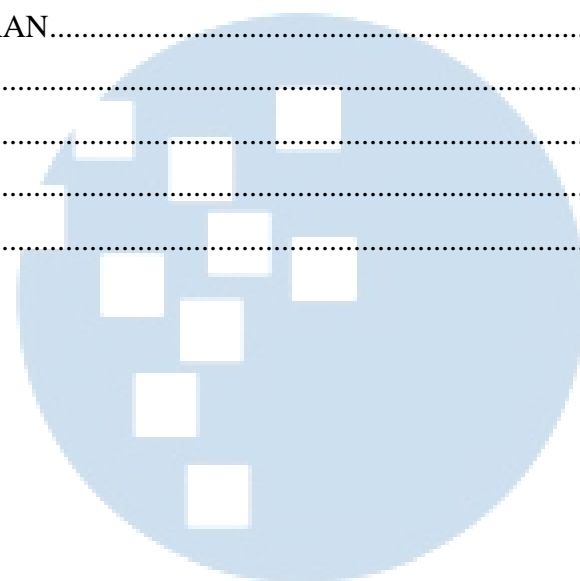
PT Prioritas Jaya Indonesia is a cosmetics manufacturing and distribution company that offers its products as well as private label manufacturing services for other brands, with a B2B and B2C business model. The choice of this company was motivated by the author's interest in the beauty industry and desire to explore social media in the context of digital marketing. PT Prioritas Jaya Indonesia sees Instagram and TikTok as having the potential to increase its followers and introduce its brand. To promote its products, the company actively creates interesting content on Instagram and TikTok. PT Prioritas Jaya Indonesia succeeded in building a strong internet community and increasing its brand profile on social media with a focus on creativity and interaction. The company continues to develop relevant and interesting content in the face of intense competition. PT Prioritas Jaya Indonesia is determined to remain a leader in the ever-changing cosmetics industry through adaptive digital marketing strategies and strong partnerships with digital platforms. The a need to maintain consistency and relevance of content across various platforms, especially with changing algorithms and rapidly changing trends. With dedication and effort, the author succeeded in overcoming these obstacles by implementing effective time management strategies, improving communication within the team, and quickly adapting to the new work environment.

Keywords: *Social Media Intern, Social Media, Cosmetic Manufacturing, Internship, Beauty Industry.*

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA TANGERANG | ii |
| HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT | iii |
| HALAMAN PERSETUJUAN | iv |
| HALAMAN PENGESAHAN | v |
| HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH..... | vi |
| UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| ABSTRAK..... | ix |
| ABSTRACT | x |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR TABEL..... | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xv |
| BAB I..... | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang..... | 11 |
| 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang..... | 12 |
| 1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang | 12 |
| 1.3.2 Prosedur Kerja Magang..... | 12 |
| BAB II | 14 |
| 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan..... | 14 |
| 2.1.1 Visi Misi..... | 16 |
| 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan | 18 |
| BAB III..... | 25 |
| PELAKSANAAN KERJA MAGANG | 25 |
| 3.1 Kedudukan dan Koordinasi | 25 |
| 3.2 Tugas, Uraian dan Teori/Konsep Kerja Magang | 27 |

| | |
|--|----|
| 3.2.1. Tugas dan Uraian Kerja Magang..... | 27 |
| 3.2.2. Uraian Tugas | 34 |
| 3.3 Kendala yang Ditemukan | 54 |
| 3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan | 59 |
| BAB IV..... | 62 |
| SIMPULAN DAN SARAN..... | 62 |
| 4.1 Simpulan..... | 62 |
| 4.2 Saran..... | 63 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 67 |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | 68 |



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Tugas dan Uraian Kerja Magang33



DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|--|
| Gambar 1. 1 Grafik Social Media Use Over Time..... | |
| Gambar 1. 2 Grafik Social Media User..... | |
| Gambar 1. 3 Company | |
| Gambar 1. 4 Fluff Brand Instagram | |
| Gambar 1. 5 Vlagio Brand Instagram | |
| Gambar 1. 6 Scentdairys TikTok..... | |
| Gambar 1. 7 Skincarediarys TikTok..... | |
| Gambar 1. 8 Honor Brand Instagram..... | |
| Gambar 1. 9 Thai Brand Instagram..... | |
| Gambar 1. 10 Company's Instagram | |
| Gambar 1. 11 Company's Brand | |
| | |
| Gambar 2. 1 Company Logo..... | |
| Gambar 2. 2 Brand Distributor..... | |
| Gambar 2. 3 Company Organizational Structure | |
| Gambar 2. 4 Digital Marketing Department Structure..... | |
| | |
| Gambar 3. 1 Digital Marketing Department Structure..... | |
| Gambar 3. 2 Monthly Moodboard | |
| Gambar 3. 3 Monthly Content Ideas | |
| Gambar 3. 4 Monthly Copywriting | |
| Gambar 3. 5 Instagram Story | |
| Gambar 3. 6 Valentine Campaign | |
| Gambar 3. 7 Monthly Advertisement Recap..... | |
| Gambar 3. 8 Photoshoot Model | |
| Gambar 3. 9 photoshoot of the author as a model..... | |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----------|
| Lampiran 1 Surat Pengantar MBKM 01 | 68 |
| Lampiran 2 MBKM 02..... | 69 |
| Lampiran 3 Daily Task 03..... | 70 |
| Lampiran 4 Lembar Verifikasi Laporan MBKM 04..... | 89 |
| Lampiran 5 Penerimaan MBKM (LoA)..... | 90 |
| Lampiran 6 Bimbingan Dosen Laporan Magang..... | 91 |
| Lampiran 7 Pengecekan Hasil Turnitin | 92 |

