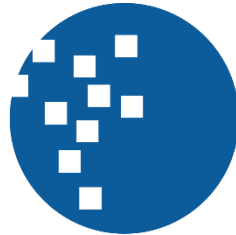


**AKTIVITAS PEMASARAN MEDIA SOSIAL DI ASURANSI
MULTI ARTHA GUNA TBK**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

SHARON ANGELITA HALIM

00000042950

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024**

**AKTIVITAS PEMASARAN MEDIA SOSIAL DI ASURANSI
MULTI ARTHA GUNA TBK**



LAPORAN MAGANG

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

SHARON ANGELITA HALIM

00000042950

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Sharon Angelita Halim

Nomor Induk Mahasiswa : 00000042950

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

AKTIVITAS PEMASARAN MEDIA SOSIAL DI ASURANSI MULTI ARTHA GUNA TBK

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 magang maupun dalam penulisan laporan magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 3 Mei 2024



Sharon Angelita Halim

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan Magang dengan judul
**AKTIVITAS PEMASARAN MEDIA SOSIAL DI ASURANSI MULTI
ARTHA GUNA TBK**

Oleh
Nama : Sharon Angelita Halim
NIM : 00000042950
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 10 Mei 2024

Pembimbing



Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIDN 0327019001

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**AKTIVITAS PEMASARAN MEDIA SOSIAL ASURANSI MULTI ARTHA
GUNA TBK**

Oleh
Nama : Sharon Angelita Halim
NIM : 00000042950
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 6 Juni 2024
Pukul 11.00 s.d 012.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



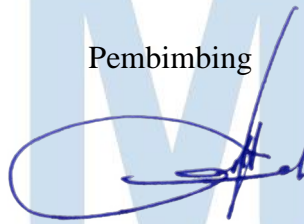
Theresia Lavietha Vivrie Lolita,
S.I.Kom., M.I.Kom.
NIDN 0327019001

Penguji



Cendera Rizky Anugrah Bangun,
M.Si.
NIDN 0304078404

Pembimbing



Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIDN 0327019001

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sharon Angelita Halim

NIM : 00000042950

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya Ilmiah : Laporan Magang


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:

AKTIVITAS PEMASARAN MEDIA SOSIAL ASURANSI MULTI ARTHA GUNA TBK

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan laporan magang, saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 3 Mei 2024

Yang menyatakan,



Sharon Angelita Halim

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul:

“AKTIVITAS PEMASARAN MEDIA SOSIAL ASURANSI MULTI ARTHA GUNA TBK” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan magang ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan magang ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom. sebagai pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas keberhasilan tugas akhir ini.
5. Bapak/Ibu Dosen selaku Ketua Sidang dan Bapak/Ibu Dosen selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Ibu Sartika Ayuni selaku pembimbing lapangan pada kegiatan magang, kemudian Ibu Elyna Kusumawati dan Bapak Zulkipli yang banyak membantu saya, bersosialisasi, bekerja sama, dan mengajari saya banyak hal di PT Asuransi Multi Artha Guna Tbk.

Semoga laporan magang ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi ke depannya bagi para pembaca di luar dan juga mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 3 Mei 2024



Sharon Angelita Halim

AKTIVITAS PEMASARAN MEDIA SOSIAL DI ASURANSI MULTI ARTHA GUNA TBK

Sharon Angelita Halim

ABSTRAK

Pemasaran melalui media sosial menjadi semakin populer pada era sekarang, dan sebagian besar aktivitas dilakukan secara daring. Karena itu, pemegang melakukan praktik kerja magang di PT Asuransi Multi Artha Guna agar dapat mempelajari strategi perusahaan dalam melakukan pemasaran produk dan layanan yang ditawarkan. Salah satu strategi utama yang digunakan PT Asuransi Multi Artha Guna adalah dengan promosi *soft selling* dengan platform media sosial, sehingga tugas utama pemegang adalah membuat materi konten mengenai produk dan edukasi finansial ringan. Dalam praktik magang, pemegang mengaplikasikan *trendspotting* langkah mencari ide dan inovasi baru untuk kampanye media sosial dari, metode produksi ide dan metode penulisan judul menggunakan metode dari *copywriting*. Pemegang juga membantu dalam produksi dan pembuatan kampanye produk perusahaan. Setiap bulan pemegang juga membantu menulis *monthly report* media sosial dari Quickmetrix yang digunakan perusahaan. Penugasan yang diberikan selalu dilaporkan untuk dievaluasi, dan apabila terdapat kesalahan akan segera diperbaiki bersama-sama dengan bimbingan dari rekan kerja. Pemegang juga menemukan adanya kendala saat pengerjaan beberapa tugas yang diberikan, walau demikian dalam penelitian ini menemukan solusi untuk mengatasi kendala yang dialami selama proses kerja magang. Selama bekerja di PT Asuransi Multi Artha Guna, pemegang dapat mengimplementasikan konsep-konsep *Copywriting* dan *Social Media Marketing*, beserta beberapa perbandingan antara teori dan praktik kerja.

Kata kunci: kampanye media sosial, *copywriting*, media sosial, kampanye produk

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

SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITIES AT MULTI ARTHA GUNA TBK INSURANCE

Sharon Angelita Halim

ABSTRACT

Marketing via social media has become very popular in the current era, and most activities are carried out online. Therefore, interns carry out internship work at PT Asuransi Multi Artha Guna in order to learn the company's strategy in marketing the products and services it offers. One of the main strategies used by PT Asuransi Multi Artha Guna is soft selling promotions with social media platforms, so that The interns main task is to create content material about products and light financial education. In internship practice, interns apply trendspotting, steps to find new ideas and innovations for social media campaigns, idea production methods and title writing methods using copywriting methods. Interns also assist in the production and creation of Company product campaigns. Every month the author also helps write the monthly social media report from Quickmetrix which is used by the Company. Assignments given are always reported for evaluation, and if there are errors they will be immediately corrected together with guidance from colleagues. In this research, also found that there were obstacles when carrying out several assignments given, however interns found solutions to overcome the obstacles experienced during the internship process. While working at PT Asuransi Multi Artha Guna, interns can implement Copywriting and Social Media Marketing concepts, along with several comparisons between theory and work practice.

Keywords: social media campaigns, copywriting, social media, product campaigns

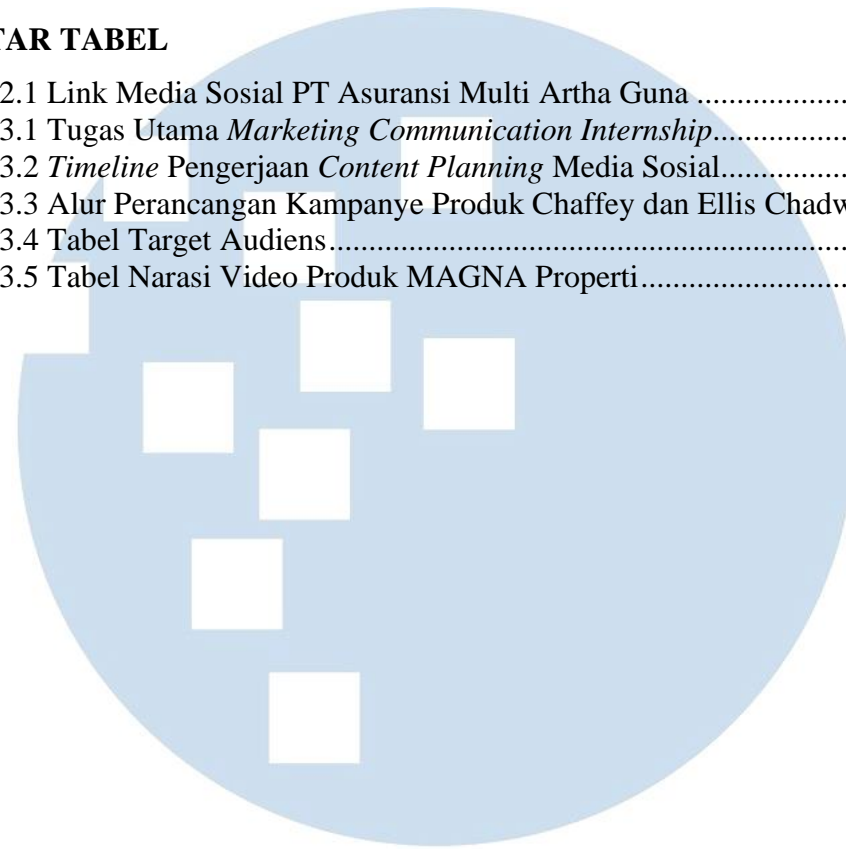
U M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR ISI	
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang	5
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	6
BAB II GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI	9
2.1 Tentang PT Asuransi Multi Artha Guna Tbk	9
2.2 Visi Misi PT Asuransi Multi Artha Guna Tbk	10
2.3 Struktur Organisasi PT Asuransi Multi Artha Guna Tbk	11
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	14
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang	14
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang	15
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	37
4.1 Simpulan	37
4.2 Saran	38
DAFTAR PUSTAKA	40
LAMPIRAN	42

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 2.1 Link Media Sosial PT Asuransi Multi Artha Guna	9
Tabel 3.1 Tugas Utama <i>Marketing Communication Internship</i>	15
Tabel 3.2 <i>Timeline</i> Pengerjaan <i>Content Planning</i> Media Sosial.....	17
Tabel 3.3 Alur Perancangan Kampanye Produk Chaffey dan Ellis Chadwick.....	23
Tabel 3.4 Tabel Target Audiens.....	24
Tabel 3.5 Tabel Narasi Video Produk MAGNA Properti.....	25



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram Tipe Website dan Aplikasi Paling Banyak Digunakan	1
Gambar 2.1 Logo Perusahaan	8
Gambar 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	10
Gambar 2.3 Struktur Departemen Marketing Communication.....	11
Gambar 3.1 Bagan Alur Kerja Departemen Marketing Communication	14
Gambar 3.2 Draf Konten Media Sosial <i>Planning</i> Bulan Agustus	18
Gambar 3.3 Contoh Hasil Konten Instagram.....	20
Gambar 3.4 Hasil Konten <i>Give-Away</i>	21
Gambar 3.5 Video Hasil Kampanye Produk MAGNA Properti.....	26
Gambar 3.6 <i>Benchmarking Competitor</i> Bulan Agustus.....	30
Gambar 3.7 <i>ORM Report</i> Bulan Juli.....	32
Gambar 3.8 Daftar Program dan NGO	34

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 – MBKM 01	42
Lampiran 2 – MBKM 02	43
Lampiran 3 – MBKM 03	44
Lampiran 4 – MBKM 04	45
Lampiran 5 – Surat Keterangan Selesai Magang	46
Lampiran 6 – Hasil Turmitin.....	47
Lampiran 7 – Video Reels Kampanye Produk.....	48
Lampiran 8 – Tabel Narasi Produk AMAG (MAGNA Properti)	49
Lampiran 9 – <i>Output</i> Hasil Konten Instagram.....	50
Lampiran 10 – Formulir Konsultasi Magang.....	51
Lampiran 11 – CV Sharon Angelita Halim.....	52



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA