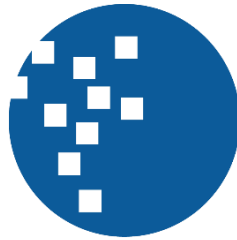


**AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MARKETING SALES
INTERNSHIP PADA PT. ARYA NOBLE (DERMIES,
NATURALLY SPEAKING, & HAIROIC**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Jerryvio Rustianto

00000046875

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

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Jerryvio Rustianto

Nomor Induk Mahasiswa 00000046875

Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MARKETING SALES INTERNSHIP PADA PT ARYA NOBLE (DERMIES, NATURALLY SPEAKING, & HAIROIC)

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, 11 Juni 2024



Jerryvio Rustianto

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan MBKM dengan judul

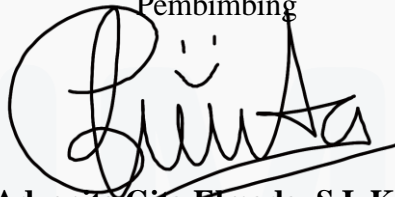
AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MARKETING SALES INTERNSHIP PADA PT ARYA NOBLE (DERMIES, NATURALLY SPEAKING, & HAIROIC)

Oleh

Nama : Jerryvio Rustianto
NIM : 00000046875
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Magang Universitas Multimedia
Nusantara

Pembimbing



Maria Advenita Gita Elmada, S.I. Kom., M.Si.

NIDN 030912902

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky
Anugrah
Bangun

2024.06.12
21:04:17 +07'00'

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

NIDN 03040778404

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul

**AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MARKETING SALES INTERNSHIP PADA
PT ARYA NOBLE (DERMIES, NATURALLY SPEAKING, & HAIROIC)**

Oleh

Nama : Jerryvio Rustianto
NIM : 00000046875
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Jumat, 21 Juni 2024

Pukul 13.00 s/d 14.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji


Maria Advenita Gita Elmada, S.I. Kom., M.Si.


Ikhsan Mustafa Nur, S.E., M.Si

NIDN 030912902

NIDN 0305018604

Pembimbing


Maria Advenita Gita Elmada, S.I. Kom., M.Si.

NIDN 030912902

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky
Anugrah Bangun
2024.06.25
22:34:16 +0700'

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

NIDN 03040778404

iii

Aktivitas Sales Marketing..., Jerryvio Rustianto, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Jerryvio Rustianto

NIM : 00000046875

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

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:

**AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MARKETING SALES INTERNSHIP PADA
PT ARYA NOBLE (DERMIES, NATURALLY SPEAKING, & HAIROIC)**

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, 11 Juni 2024

Yang menyatakan,



Jerryvio Rustianto

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan MBKM ini dengan judul: **AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MARKETING SALES INTERNSHIP PADA PT. ARYA NOBLE (DERMIES, NATURALLY SPEAKING, & HAIROIC)**

dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana Jurusan 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 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. Bapak Dr. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos, M.Si., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Maria Advenita Gita Elmada, S.I.Kom, M.Si., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Bapak *Gedy Ginanda*, Ibu *Victoria M. K Harefa*, Ibu *Adinda Almira Pithaloka*, dan Ibu *Nila Aulia Sari*, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Kepada Perusahaan Arya Noble karena sudah memberikan kesempatan untuk Saya melakukan praktik kerja magang.
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.

Diharapkan bahwa laporan magang ini dapat memberikan manfaat yang berharga di masa mendatang, baik sebagai sumber pembelajaran, motivasi, maupun informasi bagi para pembaca, terutama bagi mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara. Melalui laporan ini, pembaca diharapkan dapat memperoleh wawasan dan inspirasi yang berguna dalam mempersiapkan dan melaksanakan program magang mereka di kemudian hari.

Tangerang, 11 Juni 2024



Jerryvio Rustianto

AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MARKETING SALES INTERNSHIP PADA PT. ARYA NOBLE (DERMIES, NATURALLY SPEAKING, & HAIROIC

(Jerryvio Rustianto)

ABSTRAK

Industri kosmetika Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan pada tahun 2023. Peningkatan industri kosmetika ini diikuti dengan perkembangan internet yang memberikan dampak besar pada cara pandang, pola pikir, dan pola kehidupan masyarakat di era globalisasi. Perkembangan internet telah mendorong perubahan perilaku masyarakat Indonesia, di mana fenomena belanja online semakin populer dan terus berkembang. Hal ini telah mendorong para pengusaha untuk menciptakan inovasi baru dengan memanfaatkan internet dalam kegiatan bisnis elektronik (*e-bisnis*) atau *e-commerce*. Adaptasi industri kosmetika di Indonesia terhadap perkembangan teknologi digital dan perubahan perilaku konsumen ini dapat dianalisis melalui konsep *quantitative research in digital media*. Metode ini dapat digunakan untuk menganalisis data-data terkait preferensi dan perilaku konsumen. Selain itu, strategi *sales promotion* juga menjadi penting bagi perusahaan untuk menarik minat konsumen, meningkatkan visibilitas, dan mendorong penjualan produk secara online. Fenomena pertumbuhan industri kosmetika dan perubahan perilaku konsumen di Indonesia menunjukkan bahwa sektor ini terus beradaptasi dengan dinamika pasar dan tuntutan konsumen di era digital saat ini. Inovasi dan strategi pemasaran yang memanfaatkan teknologi digital menjadi kunci keberhasilan bagi perusahaan-perusahaan di industri kosmetika untuk dapat bersaing dan bertahan dalam pasar yang semakin kompetitif. PT Arya Noble merupakan salah satu industri yang bergerak di bidang kosmetika. *Dermies*, *naturally speaking*, dan *hairoic* merupakan sebagian produk yang terdapat di PT Arya Noble dan bergerak di bidang kosmetika.

Kata kunci: PT Arya Noble, *Dermies*, *Naturally speaking*, *Hairoic*, *Quantitative research in digital media*, *Sales promotion*, *E-commerce*.

**SOCIAL MEDIA MARKETING SALES INTERNSHIP
ACTIVITIES AT PT. ARYA NOBLE (DERMIES, NATURALLY
SPEAKING, & HAIROIC)**

(Jerryvio Rustianto)

ABSTRACT

The Indonesian cosmetics industry experienced significant growth in 2023. This growth was followed by the development of the internet, which had a major impact on the perspectives, mindsets, and lifestyles of the Indonesian people in the era of globalization. The growth of the internet has driven changes in Indonesian consumer behavior, where online shopping has become increasingly popular and continues to evolve. This has encouraged entrepreneurs to create new innovations by utilizing the internet in electronic business (e-business) or e-commerce activities. The adaptation of the Indonesian cosmetics industry to the development of digital technology and changes in consumer behavior can be analyzed through the concept of quantitative research in digital media. This method can be used to analyze data related to consumer preferences and behavior. In addition, sales promotion strategies also become important for companies to attract consumer interest, increase visibility, and drive online product sales. The phenomenon of growth in the cosmetics industry and changes in consumer behavior in Indonesia indicate that this sector continues to adapt to market dynamics and consumer demands in the current digital era. Innovation and marketing strategies that utilize digital technology are the key to success for companies in the cosmetics industry to be able to compete and survive in an increasingly competitive market. PT Arya Noble is one of the companies operating in the cosmetics industry, with products such as Dermies, Naturally Speaking, and Hairoic.

Keywords: *Arya Noble company, Dermies, Naturally speaking, Hairoic, Quantitative research in digital media, Sales promotion, E- commerce.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang	5
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	6
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	6
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	6
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	8
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	8
2.1.1 Tata Nilai Perusahaan	9
2.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	10
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	11
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	14
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	14
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	15
3.2.1 Tugas Kerja Magang	16
3.2.2 Uraian Kerja Magang	18
3.3 Kendala yang Ditemukan	35
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	35

BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	37
4.1 Simpulan	37
4.2 Saran	37
Daftar Pustaka	39
LAMPIRAN	41



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Struktur Organisasi B2C & O2O PT Arya Noble.....	11
Tabel 2. 2 Struktur Organisasi Divisi Channel PT Arya Noble.....	12
Tabel 3. 1 Alur Koordinasi Pekerjaan	15
Tabel 3. 2 Uraian Kerja Magang Per Minggu	17



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (2014-2024).....	2
Gambar 1. 2 Lima E-commerce dengan Pengunjung terbanyak di Indonesia.....	4
Gambar 2. 1 Logo Arya Noble	8
Gambar 3. 1 Dashboard Trello dan Sheets	23
Gambar 3.2 PPT Promo yang sedang berjalan	23
Gambar 3. 3 Pembuatan Flash Sale Shopee	24
Gambar 3. 4 Pembuatan Flash Sale Tokopedia.....	25
Gambar 3. 5 Alur Pemasangan Banner	27
Gambar 3. 6 Alur Pemasangan Voucher	29
Gambar 3. 7 Tampilan Brand Portal Shopee.....	30
Gambar 3. 8 Tahapan di bagian Inventory Selluseller	33
Gambar 3. 9 Tahapan di bagian Catalogue Selluseller.....	34
Gambar 3. 10 Tahapan di bagian Integration di Selluseller	36

DAFTAR LAMPIRAN

A. Surat Pengantar MBKM (MBKM 01)	41
B. Kartu MBKM (MBKM 02)	42
C. Daily Task Kewirausahaan (MBKM 03).....	43
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04).....	65
E. Lembar Penerimaan Magang.....	66
F. Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin	67