

**AKTIVITAS *SOCIAL MEDIA EXECUTIVE* DI VML
INDONESIA**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

CINDY

0000053599

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

2024

**AKTIVITAS *SOCIAL MEDIA EXECUTIVE* DI VML
INDONESIA**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

CINDY

00000053599

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

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Cindy

Nomor Induk Mahasiswa : 00000053599

Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

AKTIVITAS *SOCIAL MEDIA EXECUTIVE* DI VML 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 magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 28 Mei 2024



Cindy

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul

AKTIVITAS *SOCIAL MEDIA EXECUTIVE* DI VML INDONESIA

Oleh

Nama : Cindy
NIM : 00000053599
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 6 Juni 2024
Pukul 16.00 s/d 17.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

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

NIDN 0302077803

Irwan Fakhruddin, S.Sn., M.I.Kom.

NIDN 0331077503

Pembimbing

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

NIDN 0302077803

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

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

NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Cindy
NIM : 00000053599
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Laporan Magang

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:

AKTIVITAS SOCIAL MEDIA EXECUTIVE DI VML 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, 28 Mei 2024

Yang menyatakan,



Cindy

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul: **“AKTIVITAS *SOCIAL MEDIA EXECUTIVE* DI VML INDONESIA”** 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 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. 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 Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. *Supervisor* saya yaitu Gevintha Karunia Maully, Yeremia Geoffrey Rasoen, dan Intan Puspita Ayu., sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan magang.
6. Kepada Perusahaan VML Indonesia yang telah menjadi tempat pelaksanaan aktivitas magang.
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga pemegang dapat menyelesaikan laporan magang ini.
8. Teman-teman dan saudara yang telah memberikan dukungan secara emosional untuk menyelesaikan laporan kerja magang.

Semoga laporan magang yang disusun ini dapat memberikan buah manfaat bagi setiap individu yang membaca, terutama mahasiswa yang akan melangsungkan kegiatan magang.

Tangerang, 28 Mei 2024



Cindy



AKTIVITAS *SOCIAL MEDIA EXECUTIVE* DI VML INDONESIA

Cindy

ABSTRAK

Periklanan dan pemasaran mengalami perubahan cepat, dengan menurunnya audiens media konvensional dan peningkatan penggunaan internet serta media sosial. Hal ini menciptakan lingkungan baru yang beragam dalam promosi periklanan dan pemasaran. Dibutuhkan lebih dari sekadar satu iklan yang baik untuk efektif. Sejalan dengan itu, ini lah peran agensi periklanan dengan mengembangkan kampanye periklanan yang menguntungkan bagi *brand*. Alasan mahasiswa memilih VML Indonesia sebagai wadah kerja magang adalah tren industri periklanan yang semakin meningkat, VML Indonesia sebagai perusahaan global di bawah naungan WPP Group sebagai salah satu pemegang media terbesar, untuk mengasah kemampuan mengikuti alur kerja agensi yang *fast-paced* dan klien yang beragam. Posisi yang dipilih dalam kegiatan magang ini adalah sebagai *Social Media Executive* yang dalam pekerjaannya menerapkan konsep *content marketing*. Kendala utama dalam aktivitas magang adalah adanya perbedaan antara proses kerja di agensi global dengan apa yang dipelajari di mata kuliah ilmu komunikasi. Solusi atas kendalanya adalah perlu memperkaya diri dengan ilmu yang berbasis teknologi dan universitas yang memberikan tambahan materi terkait teknologi dan tren dalam mata kuliah.

Kata kunci: *Social Media Executive, Social Media Marketing, Content Marketing, Agensi Periklanan, VML Indonesia*

***THE ACTIVITIES OF SOCIAL MEDIA EXECUTIVE AT VML
INDONESIA***

Cindy

ABSTRACT

Advertising and marketing are undergoing rapid changes, with a decline in conventional media audiences and an increase in the use of the internet and social media. This has created a new and diverse environment for advertising and marketing promotions. It takes more than just a good advertisement to be effective. Accordingly, advertising agencies play a role in developing profitable advertising campaigns for brands. The reason students choose VML Indonesia as an internship platform is due to the rising trend in the advertising industry. VML Indonesia, as a global company under the WPP Group, one of the largest media holders, provides an opportunity to hone skills in a fast-paced agency workflow with diverse clients. The position chosen for this internship is as a Social Media Executive, where the work involves applying the concept of content marketing. The main challenge in the internship activities is the difference between the work processes in a global agency and what is taught in communication studies courses. The solution to this challenge is to enrich oneself with technology-based knowledge and for universities to provide additional material related to technology and trends in their courses.

Keywords: *Social Media Executive, Social Media Marketing, Content Marketing, Advertising Agency, VML Indonesia*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang	6
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	6
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	6
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	7
1.3.2.1 Proses Administrasi Kampus (UMN)	7
1.3.2.2 Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang	7
BAB II	
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	9
2.1 Tentang VML	9
2.2 Visi Misi	14
2.3 Logo VML	15
2.4 Data Umum Perusahaan	16
2.5 Struktur Organisasi Perusahaan	17
2.6 Struktur Divisi	23
BAB III	
PELAKSANAAN KERJA MAGANG	25
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	25
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	29

3.2.1 Tugas Kerja Magang	30
3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang	30
3.2.2.1 <i>Content Marketing</i>	30
3.3 Kendala yang Ditemukan	50
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	51
BAB IV	
SIMPULAN DAN SARAN	52
4.1 Simpulan	52
4.2 Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN	57



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Data Umum Perusahaan	16
Tabel 3.1 Lini Masa Tugas Kerja Magang	30
Tabel 3.2 Uraian Brand yang dikerjakan	31
Tabel 3.3 Tujuan Konten	34
Tabel 3.4 Target Audiens Konten	36
Tabel 3.5 <i>Guideline</i> DANCOW	43
Tabel 3.6 <i>Caption</i>	46



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Berbagai Negara	1
Gambar 1.2 Data Investasi Industri Periklanan di Negara-negara Asia	4
Gambar 1.3 Data Konglomerat Perusahaan Periklanan	5
Gambar 2.1 Perusahaan dalam WPP Group	10
Gambar 2.2 Pilar Layanan VML	11
Gambar 2.3 Bentuk Employer Branding	13
Gambar 2.4 Logo VML	15
Gambar 2.5 Kantor WPP Group	16
Gambar 2.6 Struktur Organisasi VML	17
Gambar 2.7 Struktur Divisi	23
Gambar 3.1 Alur Kerja Rencana Kampanye	25
Gambar 3.2 Alur Kerja Proses Kampanye	27
Gambar 3.3 Alur Komunikasi Internal	28
Gambar 3.4 Content Guideline DANCOW	40
Gambar 3.5 Referensi Feeds	40
Gambar 3.6 Rencana Tampilan	41
Gambar 3.7 Proses Revisi	44
Gambar 3.8 Sebelum dan Sesudah Revisi	44
Gambar 3.9 Pembuatan Konten Feeds DANCOW	45
Gambar 3.10 Evaluasi Konten DANCOW	48



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Pengantar MBKM (MBKM 01)	57
Lampiran B Kartu MBKM (MBKM 02)	58
Lampiran C Daily Task Magang (MBKM 03)	59
Lampiran D Lembar Verifikasi Laporan MBKM Magang (MBKM 04)	60
Lampiran E Formulir Konsultasi Magang	61
Lampiran F Surat Penerimaan Magang	62
Lampiran G Hasil Turnitin	63
Lampiran H <i>Curriculum Vitae</i>	64
Lampiran I Hasil Karya Tugas	66
Lampiran F Dokumentasi Foto Bersama Divisi Content & Social	68

