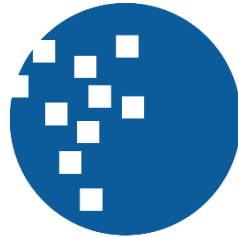


**AKTIVITAS SOCIAL MEDIA SPECIALIST TIKTOK DI PT**

**SINOTIF INDONESIA**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN MAGANG**

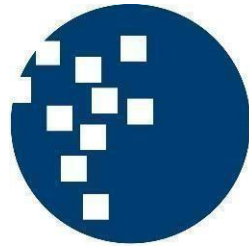
**Viorentina**

**0000053736**

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

**2024**

**AKTIVITAS SOCIAL MEDIA SPECIALIST TIKTOK DI PT  
SINOTIF INDONESIA**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

**Viorentina**  
**00000053736**

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

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Viorentina  
Nomor Induk Mahasiswa **00000053736**  
Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang Penelitian dengan judul:

### AKTIVITAS SOCIAL MEDIA SPECIALIST TIKTOK DI PT SINOTIF 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, 25 Juni 2024



(Viorentina)

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul  
**AKTIVITAS SOCIAL MEDIA SPECIALIST TIKTOK DI PT  
SINOTIF INDONESIA**

Oleh

Nama : Viorentina  
NIM : 00000053736  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 25 Juni 2024  
Pukul 10.00 s/d 11.00 dan dinyatakan  
**LULUS**

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



**Irwan Fakhruddin, S.Sn, M.I.kom**  
**NIDN 0331077503**

Penguji



**Mujiono Sandim, S.I.Kom., M.I.Kom.**  
**NIDN 0315108802**

Pembimbing



**Irwan Fakhruddin, S.Sn, M.I.kom**  
**NIDN 0331077503**

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 : Viorentina  
NIM : 00000053736  
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 Non-eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Aktivitas Social Media Specialist TikTok di PT Sinotif 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 laporan magang saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan inisaya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 13 Juni 2024

Yang menyatakan,



Viorentina

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan Magang ini dengan judul: “Aktivitas Social Media Specialist TikTok di PT Sinotif Indonesia” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar S1 Program Studi Ilmu Komunikasi pada Falkutas 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 selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Irwan Fakhruddin, S.Sn., M.I.Kom. sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan Magang .
5. Kepada Perusahaan PT Sinotif Indonesia
6. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Magang ini.
7. Teman-teman Kampus, teman-teman Gereja dan teman-teman Intership di PT Sinotif Indonesia.

Semoga karya ilmiah ini dapat berguna sebagai acuan dan tambahan pengetahuan bagi Masyarakat Indonesia, teman-teman yang ingin melakukan magang di PT Sinotif Indonesia.

Tangerang, 13 Juni 2024



(Vioentina)

# AKTIVITAS SOCIAL MEDIA SPECIALIST TIKTOK DI PTSINOTIF INDONESIA

(Viorentina)

## ABSTRAK

Dalam era kemajuan teknologi yang pesat, terjadi perubahan dalam komunikasi. Salah satu perubahan signifikan adalah munculnya *social media* sebagai sarana untuk berinteraksi dan berkomunikasi. Di Indonesia, masyarakat semakin banyak menghabiskan waktu di *platform social media*, PT Sinotif Indonesia sebagai perusahaan yang peka terhadap potensi ini, mengambil langkah inovatif dengan mengubah sistem pembelajaran dari metode *offline* menjadi *online*. Dalam rangka memperkenalkan perubahan ini kepada masyarakat, PT Sinotif Indonesia memanfaatkan *social media* untuk meningkatkan *brand awareness*. Mereka menggunakan *platform* ini untuk memberikan informasi seputar pembelajaran *online*, melakukan promosi, dan memastikan bahwa masyarakat tidak ragu untuk mengikuti pembelajaran secara *online*. PT Sinotif Indonesia juga berperan aktif dalam membantu siswa-siswa yang ingin masuk Perguruan Tinggi Negeri (PTN). Oleh karena itu, *Social Media Specialist* memiliki peran penting dengan merancang *content strategy* yang menarik dan memastikan bahwa pesan yang disampaikan melalui *social media* sesuai dengan visi dan misi PT Sinotif Indonesia. Meskipun ada kendala dalam promosi mengenai bantuan yang diberikan perusahaan kepada siswa yang ingin masuk Perguruan Tinggi Negeri, *Social Media Specialist* tetap berusaha menciptakan konten-konten yang menarik sehingga masyarakat semakin mengetahui bahwa PT Sinotif Indonesia adalah mitra yang dapat membantu mereka dalam meraih Perguruan Tinggi Negeri.

**Kata kunci:** *Brand Awareness, Content Strategy, Social Media, Social Media Specialist*

# TIKTOK SPECIALIST SOCIAL MEDIA ACTIVITIES AT PTSINOTIF INDONESIA

(Viorentina)

## ABSTRACT (English)

*In an era of rapid technological progress, there are changes in communication. One significant change is the emergence of social media as a means of interacting and communicating. In Indonesia, people are spending more and more time on social media platforms. PT Sinotif Indonesia, as a company that is sensitive to this potential, has taken innovative steps by changing the learning system from offline to online methods. In order to introduce this change to the public, PT Sinotif Indonesia utilized social media to increase brand awareness. They use this platform to provide information about online learning, carry out promotions, and ensure that people do not hesitate to take part in online learning. PT Sinotif Indonesia also plays an active role in helping students who want to enter State Universities (PTN). Therefore, social media specialists have an important role by designing interesting content strategies and ensuring that the messages conveyed through social media are in accordance with the vision and mission of PT Sinotif Indonesia. Even though there are obstacles in promotion regarding the assistance provided by the company to students who want to enter State Universities, social media specialists are still trying to create interesting content so that the public increasingly knows that PT Sinotif Indonesia is a partner that can help them in attaining State Universities.*

**Keywords:** *Brand Awareness, Content Strategy, Social Media, Social Media Specialist*



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT (English) .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>x</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang .....	5
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang .....	5
1.3.1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang .....	5
1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang .....	6
<b>BAB II COMPANY PROFILE.....</b>	<b>7</b>
2.1 .Perusahaan PT Sinotif Indonesia.....	7
2.1.1. Sejarah Perusahaan.....	7
2.1.2. Visi dan Misi .....	11
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan .....	12
2.3. Business Model Canvas .....	14
<b>BAB III PELAKSANAAN PROYEK .....</b>	<b>18</b>
3.1. Kedudukan dan Koordinasi .....	18
3.2. Tugas dan Uraian Kerja.....	20
3.2.1. Tugas yang dilakukan.....	20
3.2.2. Uraian Pelaksanaan Kerja.....	21
3.3 Kendala yang Ditemukan.....	40
3.4. Solusi atas Kendala yang Ditemukan .....	41
<b>BAB IV SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>42</b>

4.1 Simpulan .....	42
4.2 Saran .....	43
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>45</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>48</b>

## **DAFTAR TABEL**

<i>Tabel 3.1 Tugas Kerja Praktik .....</i>	19
<i>Tabel 3.2 Content Pillar @persiapan_ptn.....</i>	25

## **DAFTAR GAMBAR**

<i>Gambar 1.1 Daily Time Spent With Media .....</i>	2
<i>Gambar 1.2 Most Used Social Media Platform.....</i>	2
<i>Gambar 2.1 Modul Persiapan.....</i>	10
<i>Gambar 2.2 Logo PT Sinotif Indonesia.....</i>	11
<i>Gambar 2.3 Struktur Perusahaan .....</i>	12
<i>Gambar 2.4 Struktur Perusahaan Divisi Sales &amp; .Marketing.....</i>	14
<i>Gambar 2.5 Business Model Canvas PT Sinotif Indonesia.....</i>	16
<i>Gambar 3.1 Flow Kerja Divisi Sales &amp; Marketing.....</i>	18
<i>Gambar 3.2 Akun TikTok @persiapan_ptn.....</i>	19
<i>Gambar 3.3 Konsep Content Strategy.....</i>	21
<i>Gambar 3.4 Analisis Social Media PT Sinotif Indonesia.....</i>	23
<i>Gambar 3.5 Ide Konten TikTok @persiapan_ptn .....</i>	26
<i>Gambar 3.6 Content Planning TikTok @persiapan_ptn.....</i>	29
<i>Gambar 3.7 Konten Social Media PT Sinotif Indonesia .....</i>	31
<i>Gambar 3.8 Engagement Metrics TikTok @persiapan_ptn.....</i>	35
<i>Gambar 3.9 Rekap Engagement Metrics @persiapan_ptn .....</i>	35
<i>Gambar 3.10 Penulis Sebagai Bintang Tamu.....</i>	38
<i>Gambar 3.11 Penulis Sebagai Host.....</i>	40

## **DAFTAR LAMPIRAN**

<i>Lampiran A. Dokumen .....</i>	48
<i>Lampiran B. Hasil Kerja Praktik Social Media Specialist.....</i>	82