

**PERAN CONTENT SPECIALIST DI SOCIAL MEDIA
MARKETING AGENCY GARIS TEMU**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Florine Gretha Gunawan

00000053880

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

2024

**PERAN CONTENT SPECIALIST DI SOCIAL MEDIA MARKETING
AGENCY GARIS TEMU**



Florine Gretha Gunawan

0000053880

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Florine Gretha Gunawan

Nomor Induk Mahasiswa : 00000053880

Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

PERAN CONTENT SPECIALIST DI SOCIAL MEDIA MARKETING AGENCY GARIS TEMU

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, 20 Juni 2024



(Florine Gretha Gunawan)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan MBKM dengan judul

PERAN CONTENT SPECIALIST DI SOCIAL MEDIA MARKETING AGENCY GARIS TEMU

Oleh

Nama : Florine Gretha Gunawan
NIM : 00000053880
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 20 Juni 2024
Pukul 10.00 s/d 11.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut

Ketua Sidang

Penguji

Hanif Suranto, S.Sos., M.Si.

NIDN 0304039001

Dr. Dani Miftahul Akhyar, S.T., M.Si.

NIDN 0321097905

Pembimbing

Hanif Suranto, S.Sos., M.Si.

NIDN 0304039001

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, 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 : Florine Gretha Gunawan

NIM : 00000053880

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

JenisKarya : Laporan MBKM

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:

PERAN CONTENT SPECIALIST DI SOCIAL MEDIA MARKETING AGENCY GARIS TEMU

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, 13 Juni 2024

Yang menyatakan,



(Florine Gretha Gunawan)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan Magang ini dengan judul: “Peran *Content specialist* di Social Media Marketing Agency Garis Temu” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana 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, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Hanif Suranto, S.Sos., M.Si., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya laporan magang ini.
5. Adrian Hartanto sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM ini.
6. Kepada Perusahaan Garis Temu yang telah memberikan saya kesempatan dan pengalaman selama praktik kerja magang.
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.
8. Seluruh rekan-rekan Garis Temu yang telah sabar mengajarkan dan membimbing saya dalam dunia pekerjaan.
9. Jericco Hidajat yang telah memberikan semangat dan dukungan selama proses program magang dan pembuatan laporan magang

10. Seluruh pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah ikut dalam memberikan dukungan.

Saya berharap agar laporan ini dapat menjadi manfaat kepada para pembaca. Sayamenyadari bahwa laporan ini masih memiliki banyak kekurangan. Semoga karya ilmiah ini

Tangerang, 13 Juni 2024



(Florine Gretha Gunawan)

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

PERAN CONTENT SPECIALIST DI SOCIAL MEDIA MARKETING AGENCY GARIS TEMU

(Florine Gretha Gunawan)

ABSTRAK

Laporan ini membahas mengenai peran *content specialist intern* dalam berbagai kegiatan pemasaran yang dilakukan melalui media sosial. Media sosial saat ini banyak digunakan sebagai sumber informasi. Hal tersebut memberikan pengaruh besar di bidang agensi pemasaran sosial media. Banyak merek yang membutuhkan jasa agensi untuk mengembangkan mereknya. Maka dari itu terdapat potensi pekerjaan yang besar dalam bidang agensi. Agensi menyediakan jasa bagi pada merek untuk memproduksi konten demi kebutuhan pemasarannya. Tanpa adanya pemasaran saat ini, menjadi sulit bagi merek untuk berkembang dan dikenal oleh banyak orang. Konten tidak dapat dibuat secara sederhana tanpa mengetahui berbagai kebutuhan target pasarnya. Dalam pembuatan konten juga perlu diperhatikan berbagai aspek, sehingga peran *content specialist intern* menjadi penting bagi pembentukan konten pemasaran bagi suatu merek. Hal tersebut menjadi tugas untuk para *content specialist* untuk melakukan *research* serta pembentukan konten yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing merek.

Kata kunci: Pemasaran Sosial Media, Konten Pemasaran, Riset Konten

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

THE ROLE OF CONTENT SPECIALIST IN SOCIAL MEDIA MARKETING AGENCY GARIS TEMU

(Florine Gretha Gunawan)

ABSTRACT

This report discusses the role of content specialist interns in various marketing activities carried out via social media. Social media is currently widely used as a source of information. This has had a big influence in the field of social media marketing agencies. Many brands need agensi services to develop their brand. Therefore, there is great job potential in the agensi sector. An agensi that provides services for brands to produce content for their marketing needs. Without marketing today, it becomes difficult for mereks to develop and be known by many people. Content cannot be created simply without knowing the various needs of the target market. In creating content, various aspects also need to be taken into account, so the role of a content specialist intern becomes important for creating marketing content for a brand. This is the task of content specialists to carry out research and create content that suits the needs of each brand.

Keywords: Social Media Marketing, Marketing Content, Content Research.

UMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Magang	4
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	5
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	5
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	5
BAB II GAMBARAN PERUSAHAAN	7
2.1 Deskripsi Perusahaan	7
2.2 Visi Misi	7
2.2.1 VISI	7
2.2.2 MISI	7
2.3 Lokasi dan Kontak Perusahaan	8

2.4	Struktur Organisasi	8
2.5	Agensi Garis Temu	9
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG		10
3.1	Kedudukan dan Kordinasi	10
3.2	Tugas dan Uraian Kerja Magang	10
3.2.1	Tugas yang dilakukan	11
3.2.2	Uraian Kerja Magang	12
3.3	Kendala yang Ditemukan	22
3.4	Solusi atas Kendala yang Ditemukan	23
BAB IV PENUTUP		26
4.1	Kesimpulan	26
4.2	Saran	27
DAFTAR PUSTAKA		30
LAMPIRAN		32

UMN

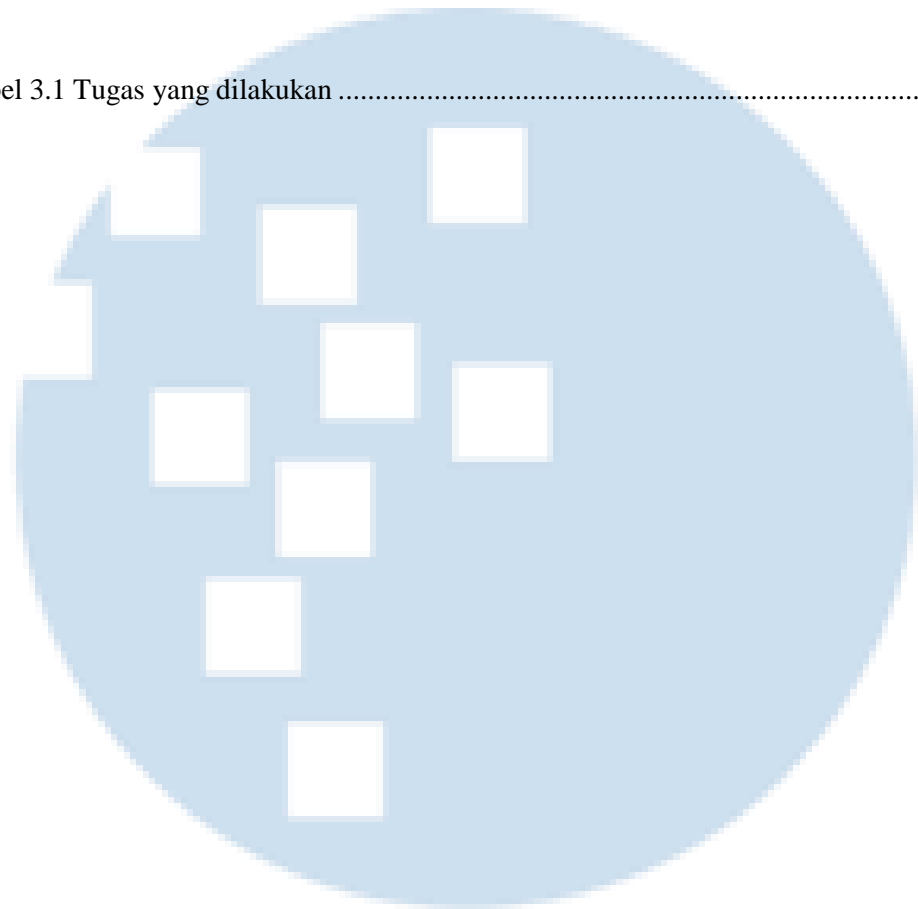
UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas yang dilakukan 12



UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Sosial Media di Indonesia	1
Gambar 2.1 Logo Perusahaan (Sumber : Data Perusahaan).....	7
Gambar 2.2 Struktur Organisasi Garis Temu	8
Gambar 2.3 Struktur Organisasi Divisi Others	9
Gambar 3.2 Tiktok <i>Creative Center</i> sebagai <i>Tools</i> mencari trend.....	15
Gambar 3.3 <i>Google Trends</i> Sebagai <i>Tools</i> Untuk Mencari <i>Keyword</i>	15
Gambar 3.4 <i>Google Sheets</i> Rekap Pekerjaan Selama Magang	16
Gambar 3.5 Produksi konten di kantor Garis Temu	17
Gambar 3.6 Pembuatan Konten Trendjacking untuk <i>Ads</i> Garis Temu	17
Gambar 3.7 Proses pengeditan menggunakan Capcut	18
Gambar 3.8 Bukti posting konten di sosial media @dituntundapetduit.....	19
Gambar 3.9 Story Instagram & Tiktok akun @dituntundapetduit.....	19
Gambar 3.10 Story Instagram & Tiktok akun @giorrando.....	20
Gambar 3.11 Bukti membalas comment di postingan @dituntundapetduit.....	20
Gambar 3.12 Bukti set up Manychat.....	21
Gambar 3.13 <i>Reporting</i> akun Instagram & Tiktok @giorrando	22

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A Surat Pengantar Magang MBKM-01	32
LAMPIRAN B Kartu MBKM-02.....	33
LAMPIRAN C Daily Task - MBKM 03.....	34
LAMPIRAN D Lembar Verifikasi Laporan MBKM-04.....	52
LAMPIRAN E Formulir Bimbingan Magang	53
LAMPIRAN F Surat Penerimaan MBKM.....	54
LAMPIRAN G Pengecekan Hasil Turnitin	55

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA