

**AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MARKETING UNTUK  
MENINGKATKAN BRAND AWARENESS  
PT SINOTIF INDONESIA**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN MAGANG**

**JONATHAN.**

**00000053884**

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

**AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MARKETING UNTUK  
MENINGKATKAN BRAND AWARENESS  
PT SINOTIF INDONESIA**



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

**JONATHAN.  
0000053884**

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

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Jonathan.  
Nomor Induk Mahasiswa : 00000053884  
Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

### **AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MARKETING UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS 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, 10 Juni 2024



Jonathan.

UNM  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul  
**AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MARKETING UNTUK  
MENINGKATKAN BRAND AWARENESS  
PT SINOTIF INDONESIA**

Oleh  
Nama : Jonathan.  
NIM : 00000053884  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 19 Juni 2024  
Pukul 08.00 s/d 09.00 dan dinyatakan  
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Novaldy  
Prawhesmara

2024.07.01

19:38:13 +07'00'

Novaldy Prawhesmara, S.Kom., M.I.Kom.

**NIDN 0307117806**

Penguji



Dr. Tangguh Okta Wibowo, S.Hum., M.A.

**NIDN 0320109004**

Pembimbing

Prawhesmara

2024.06.25 13:41:51

+07'00'

Novaldy Prawhesmara, S.Kom., M.I.Kom.

**NIDN 0307117806**

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.

**NIDN 0304078404**

iii

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Jonathan.  
NIM : 00000053384  
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 Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

### **AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MARKETING UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS 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 ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 10 Juni 2024

Yang menyatakan,



Jonathan.

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

## KATA PENGANTAR

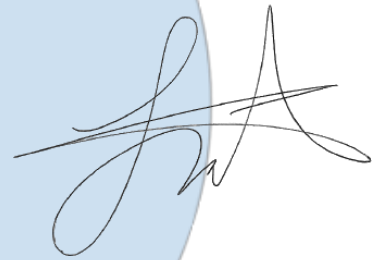
Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul: **“AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MARKETING UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PT SINOTIF INDONESIA”** dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu 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 penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, penulis 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. Bapak Novaldy Prawhesmara, S.Kom., M.I.Kom. sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya laporan magang ini.
5. Bapak/Ibu Dosen selaku Ketua Sidang dan Bapak/Ibu Dosen selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Bapak Hafidz Noor dan Bapak Riza Firly sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan magang ini.
7. Kepada Perusahaan/PT Sinotif Indonesia yang telah menerima dan memberikan kesempatan untuk pelaksanaan kerja magang selama kurang lebih 5 bulan ini.
8. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan magang ini.

9. Kepada pasangan dan rekan-rekan kerja magang yang telah memberikan semangat, bimbingan, dan motivasi selama kerja magang dan penyelesaian laporan magang ini.

Semoga laporan magang ini dapat menjadi gambaran, pembelajaran, dan sumber informasi bagi para pembaca.

Tangerang, 10 Juni 2024



Jonathan.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MARKETING UNTUK  
MENINGKATKAN BRAND AWARENESS  
PT SINOTIF INDONESIA**

Jonathan.

**ABSTRAK**

PT Sinotif Indonesia salah satu perusahaan yang bergerak di bidang Pendidikan yang membuka bimbingan belajar Matematika, Fisika dan Kimia untuk angkatan SD hingga SMA dari berbagai kurikulum. PT Sinotif Indonesia mengadopsi inovasi sesuai dengan visi dan misi perusahaan serta perkembangan teknologi di Indonesia yang semakin maju. PT Sinotif Indonesia memiliki fokus inovasi utamanya adalah peralihan sistem pembelajaran dari offline ke online yang dilakukan menggunakan aplikasi zoom untuk meningkatkan kualitas pembelajaran bagi target audiens. Selain itu, perusahaan menyadari pentingnya meningkatkan kesadaran merek melalui strategi pemasaran efektif, terutama melalui media sosial dengan menerapkan konsep SOSTAC untuk menjalankan perencanaan konten, penulisan konten, dan penjadwalan konten. Dalam konteks ini, penulis terlibat menjadi *Social Media Marketing* dalam magang untuk meningkatkan kesadaran merek perusahaan melalui pemasaran media sosial. Meskipun mengalami kendala dalam berkoordinasi dengan supervisor, pengalaman magang ini memberikan kontribusi berharga bagi pertumbuhan perusahaan di era digital. Selain itu, penulis juga memperoleh wawasan profesional yang berguna untuk karirnya di masa depan.

**Kata Kunci:** Media Sosial, Perencanaan Konten, PT Sinotif Indonesia, *Social Media Marketing*

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 ACTIVITES FOR  
INCREASING BRAND AWARENESS OF  
PT SINOTIF INDONESIA**

Jonathan.

***ABSTRACT (English)***

*PT Sinotif Indonesia is a company operating in the education sector that provides Mathematics, Physics and Chemistry tutoring for elementary to highschool classes from various curricula. PT Sinotif Indonesia adopts innovation in accordance with the company's vision and mission as well as increasingly advanced technological developments in Indonesia. PT Sinotif Indonesia's main innovation focus is changing the learning system from offline to online which is carried out using the zoom application to improve the quality of learning for the target audience. In addition, the company realizes the importance of increasing brand awareness through effective marketing strategies, especially through social media by applying the SOSTAC concept to carry out content planning, content writing and content scheduling. In this context, the author was involved in becoming a Social Media Marketing intern to increase company brand awareness through social marketing media. Despite experiencing difficulties in coordinating with supervisors, this internship experience provided a valuable contribution to the company's growth in the digital era. Apart from that, the author also gained professional insight that is useful for maritime affairs in the future.*

***Keywords:*** Social Media, Content Planning, PT Sinotif Indonesia, Social Media Marketing

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

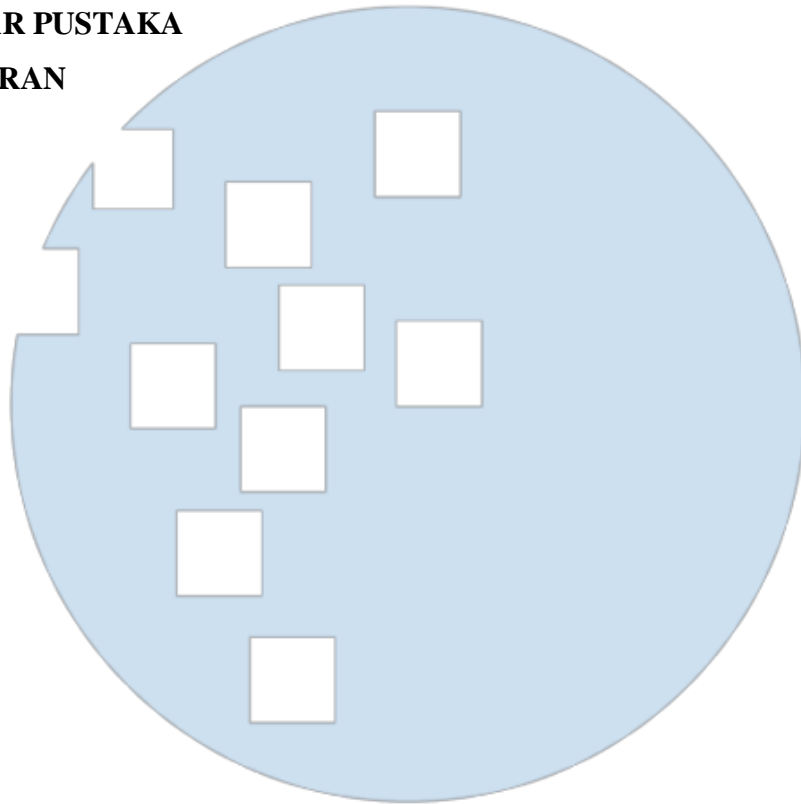
## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAHUNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b>	<b>vii</b>
<i>ABSTRACT (English)</i>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang	4
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	5
<b>BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b>	<b>6</b>
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	6
2.2 Visi dan Misi Perusahaan	7
2.2.1 Logo Perusahaan	7
2.3 Struktur Organisasi Perusahaan	8
<b>BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG</b>	<b>12</b>
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	12
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	13
3.2.1 Tugas yang Dilakukan	14
3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang	15
3.2.3 Uraian Kerja Tambahan	22
3.3 Kendala yang Ditemukan	27
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	28
<b>BAB IV SIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>29</b>
4.1 Simpulan	29
4.2 Saran	30

4.2.1	Saran Untuk Perusahaan	30
4.2.2	Saran Untuk Universitas	30
4.2.3	Saran Untuk Mahasiswa	31

<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>32</b>
-----------------------	-----------

<b>LAMPIRAN</b>	<b>33</b>
-----------------	-----------

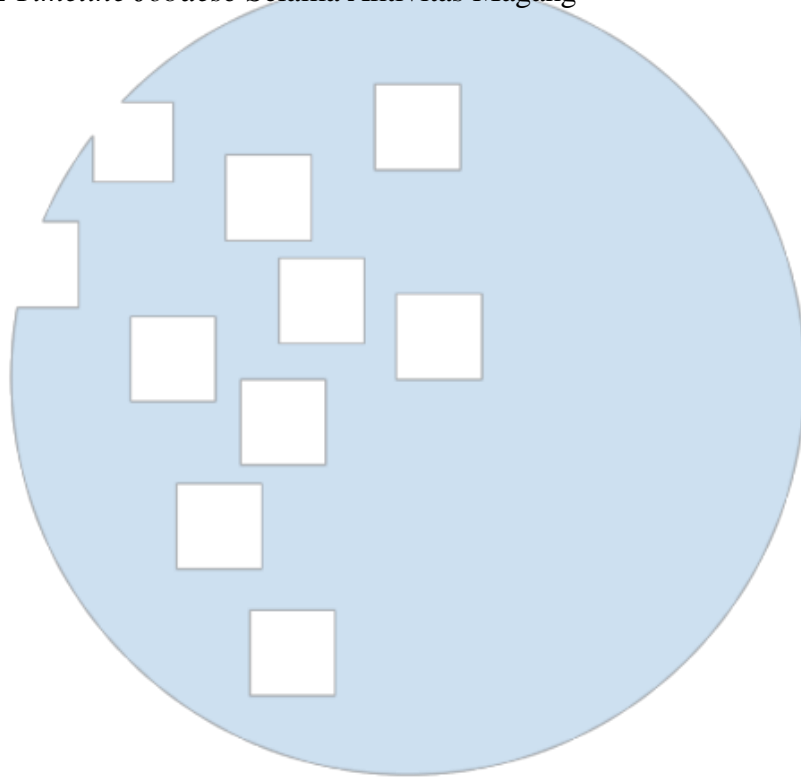


UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Garis Besar Tugas Selama Aktivitas Magang	14
Tabel 3.2 <i>Timeline Jobdesc</i> Selama Aktivitas Magang	15



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pendapatan Zoom Saat Pandemi Covid-19	3
Gambar 2.1 Logo PT Sinotif Indonesia	8
Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Sinotif Indonesia	10
Gambar 2.3 Struktur Tim <i>Sales &amp; Marketing</i>	11
Gambar 3.1 Alur Komunikasi <i>Social Media Marketing Intern</i>	13
Gambar 3.2 <i>Content Planning</i> PT Sinotif Indonesia	18
Gambar 3.3 Pembuatan <i>Caption</i> Instagram Feeds	20
Gambar 3.4 <i>Content Scheduling</i> Menggunakan Meta	21
Gambar 3.5 Contoh <i>Content Scheduling</i> Menggunakan Meta	22
Gambar 3.6 Membuat Ide Konten Sekaligus Menjadi Talent	23
Gambar 3.7 Tangkapan Layar Penulis Menjadi Talent	25
Gambar 3.8 <i>LIVE Analytics</i> di Akun TikTok @sinotif.official	26
Gambar 3.9 Menjadi Host TikTok <i>Live</i>	27

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Pengantar MBKM 1	33
Lampiran B Kartu MBKM 2	34
Lampiran C Surat Penerimaan Magang	35
Lampiran D Daily Task MBKM 3	36
Lampiran E Lembar Verifikasi Laporan MBKM 4	37
Lampiran F Formulir Konsultasi Magang	38
Lampiran G Hasil Kerja Magang	39
Lampiran H Uji Plagiarisme (Turnitin)	48
Lampiran I Curriculum Vitae (CV)	49

