

**PERAN *SOCIAL MEDIA INTERN* DI UNILEVER STUDIO
(PT. OLIVER PEMASARAN INDONESIA)**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

KATHRINE

0000053890

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

**PERAN *SOCIAL MEDIA INTERN* DI UNILEVER STUDIO
(PT. OLIVER PEMASARAN INDONESIA)**



LAPORAN MAGANG

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

KATHRINE

0000053890

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Kathrine

Nomor Induk Mahasiswa : 00000053890

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

PERAN *SOCIAL MEDIA INTERN* DI UNILEVER STUDIO (PT. OLIVER PEMASARAN 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 magang maupun dalam penulisan laporan magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan **TIDAK LULUS** untuk mata kuliah *MBKM internship* yang telah saya tempuh.

Tangerang, 31 Mei 2024



(Kathrine)

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN

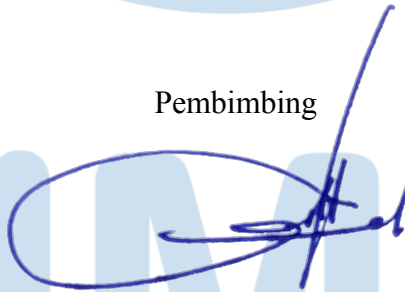
Laporan Magang dengan judul
**PERAN *SOCIAL MEDIA INTERN* DI UNILEVER STUDIO
(PT. OLIVER PEMASARAN INDONESIA)**

Oleh
Nama : Kathrine
NIM : 00000053890
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 31 Mei 2024

Pembimbing



Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIDN 0327019001

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul

PERAN *SOCIAL MEDIA INTERN* DI UNILEVER STUDIO (PT. OLIVER PEMASARAN INDONESIA)

Oleh
Nama : Kathrine
NIM : 00000053890
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 3 Juni 2024
Pukul 13.00 s.d 14.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang
Digitally signed
by Lolita Lavietha
Date: 2024.06.09
09:57:43 +07'00'

Theresia Lavietha Vivrie Lolita,
S.I.Kom., M.I.Kom.
NIDN 0327019001

Penguji

Digitally signed by
Mujiono Sandim
Date: 2024.06.06
09:24:50 +07'00'

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

Pembimbing
Digitally signed
by Lolita Lavietha
Date: 2024.06.09
09:58:19 +07'00'

Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIDN 0327019001

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky
Anugrah Bangun
2024.06.10
09:30:21 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kathrine
NIM : 00000053890
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya Ilmiah : 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:

PERAN *SOCIAL MEDIA INTERN* DI UNILEVER STUDIO (PT. OLIVER PEMASARAN INDONESIA)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai pemangag/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 31 Mei 2024

Yang menyatakan,



(Kathrine)

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 berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul:

PERAN *SOCIAL MEDIA INTERN* DI UNILEVER STUDIO (PT. OLIVER PEMASARAN 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 laporan magang ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

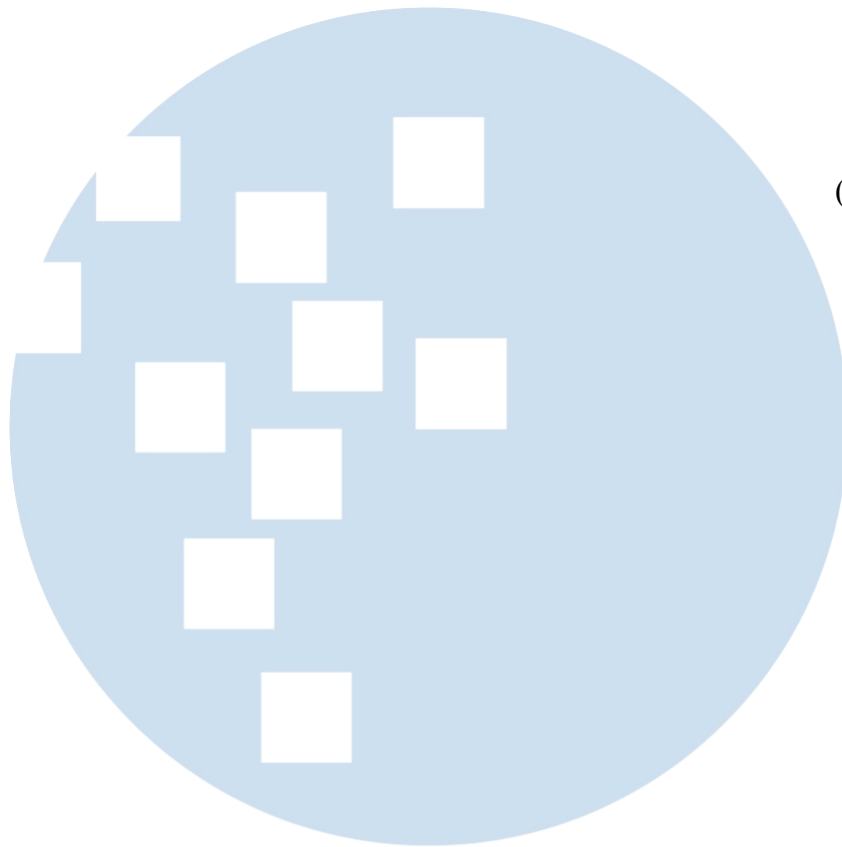
1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom. sebagai Pembimbing yang telah 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. Kak Thessalonika Noviana dan Kak Nadhira Disa Rosalina, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan ini.
7. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga laporan magang ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi ke depannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 31 Mei 2024



(Kathrine)



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERAN *SOCIAL MEDIA INTERN* DI UNILEVER STUDIO (PT. OLIVER PEMASARAN INDONESIA)

Kathrine

ABSTRAK

In-house agency Unilever Studio bagian dari PT. Oliver Pemasaran Indonesia merupakan agensi periklanan PT Unilever Indonesia Tbk. Pemasaran media social sendiri merupakan strategi yang dipakai Unilever Studio dalam memasarkan produknya. Pemegang bekerja sebagai *social media intern* dan melakukan proses kerja magang di Unilever Studio dengan mengimplimentasikan konsep aktivitas media sosial menurut Quesenberry (2019), yaitu *content development, strategy development, posting content, listening/monitoring, measurement, dan responding to fans*. Pekerjaan yang dilakukan pemegang termasuk *content development* yang meliputi *content planning* dan *content execution, posting content, measurement, dan listening/monitoring*. Setelah melakukan aktivitas magang selama lebih dari 640 jam, pemegang mendapat kesimpulan bahwa teori yang dipelajari selama perkuliahan bermanfaat saat praktik kerja magang. Pemegang juga mempelajari banyak *soft skills* dan *hard skills* yang berharga untuk karier pemegang di bidang media sosial.

Kata kunci: *social media, in-house agency, Unilever Studio*

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

THE ROLE OF SOCIAL MEDIA INTERN AT UNILEVER STUDIO (PT. OLIVER MARKETING INDONESIA)

Kathrine

ABSTRACT

In-house agency Unilever Studio is part of PT Oliver Marketing Indonesia, an advertising agency of PT Unilever Indonesia Tbk. Social media marketing itself is a strategy used by Unilever Studio in marketing its products. Intern works as a social media intern and carries out the internship process at Unilever Studio by implementing the concept of social media activities according to Quesenberry (2019), namely content development, strategy development, posting content, listening/monitoring, measurement, and responding to fans. The work done by the intern includes content development which includes content planning and content execution, content posting, measurement, and listening/monitoring. After conducting internship activities for more than 640 hours, the intern concluded that the theories learned during college were useful during internship work practices. The intern also learned many soft skills and hard skills that are valuable for the intern's career in the field of social media.

Keywords: social media, in-house agency, Unilever Studio

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	2
HALAMAN PERSETUJUAN.....	3
HALAMAN PENGESAHAN.....	4
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	5
KATA PENGANTAR	6
ABSTRAK.....	8
<i>ABSTRACT</i>	9
DAFTAR ISI.....	10
DAFTAR TABEL.....	12
DAFTAR GAMBAR.....	13
DAFTAR LAMPIRAN.....	15
BAB I PENDAHULUAN.....	16
1.1 Latar Belakang	16
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang	21
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	22
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	22
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	22
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	25
2.1 Profil Perusahaan	25
2.2 Visi Misi Perusahaan	27
2.2.1 Visi OLIVER <i>Agency</i>	27
2.2.2 Misi OLIVER <i>Agency</i>	27
2.3 Struktur Organisasi Perusahaan	28
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	31
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang.....	31
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang.....	33
3.2.1 Pelaksanaan Kerja Magang.....	33
3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang	35

3.2.3	Kendala Utama.....	53
3.2.4	Solusi.....	54
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN.....		55
4.1	Kesimpulan	55
4.2	Saran.....	55
4.2.1	Saran untuk Perusahaan	56
4.2.2	Saran untuk Universitas	56
4.2.3	Saran untuk Mahasiswa	57
LAMPIRAN.....		64

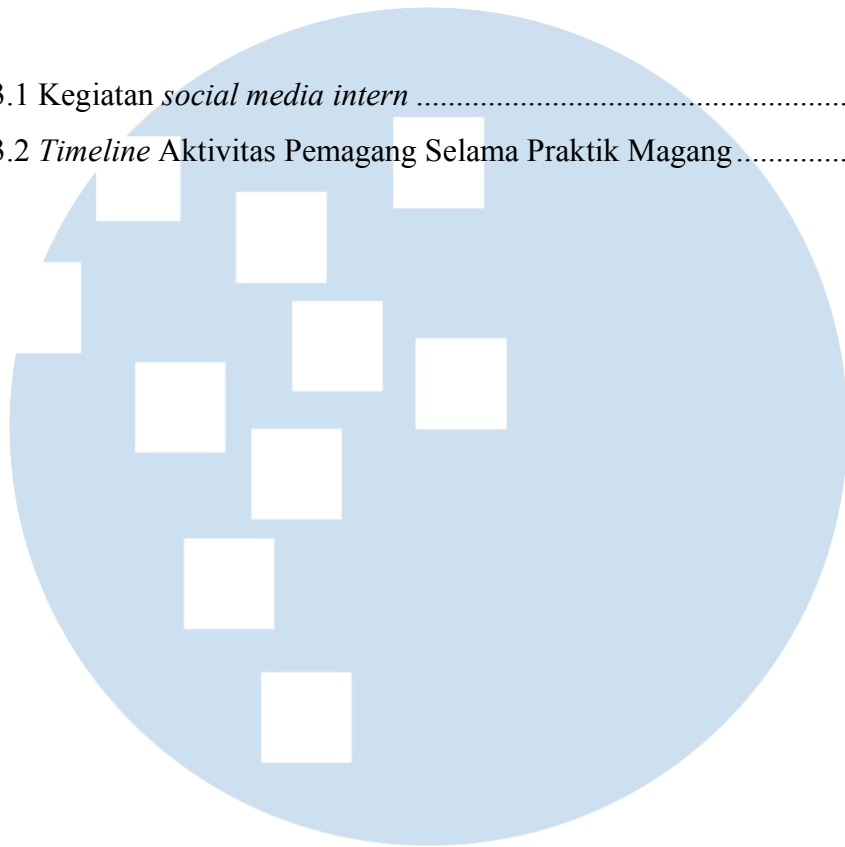


UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kegiatan <i>social media intern</i>	35
Tabel 3.2 <i>Timeline</i> Aktivitas Pemegang Selama Praktik Magang	35



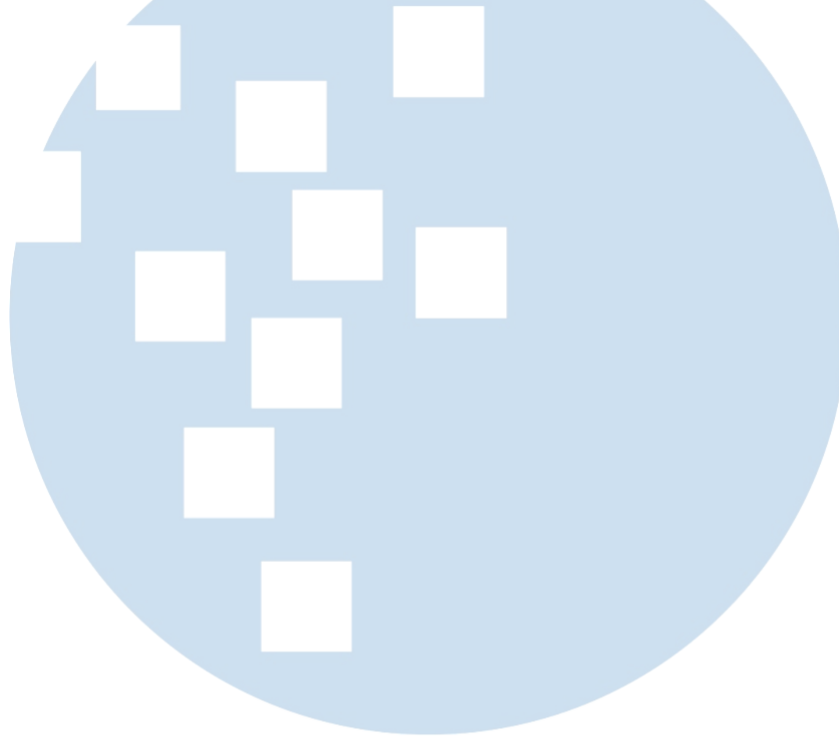
UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Internet Users Over Time</i> Indonesia	16
Gambar 1.2 <i>Essential Digital Headlines</i> Indonesia	17
Gambar 1.3 Unilever Product and Services	21
Gambar 2.1 Logo Unilever	25
Gambar 2.2 Logo U-Studio (OLIVER Agency)	26
Gambar 2.3 Struktur Organisasi Unilever Studio	28
Gambar 2.4 Struktur Organisasi <i>Social Media Team</i> U-Studio	28
Gambar 3.1 Alur Koordinasi	32
Gambar 3.2 Logo Vaseline dan Sunsilk	33
Gambar 3.3 <i>Distribution of Social Media Time Investment</i>	34
Gambar 3.4 <i>Take-Home Assignment</i>	36
Gambar 3.5 EP Januari 2024	38
Gambar 3.6 Email mengenai <i>content planning</i> Vaseline Bebas Healing	39
Gambar 3.7 <i>Chat Preview</i> konten	40
<i>Sumber: Data Pribadi (2024)</i>	40
Gambar 3.8 Proses <i>Editing</i> Penulis	41
<i>Sumber: Data Pribadi (2024)</i>	41
Gambar 3.9 <i>Feedback</i> Editing Konten	42
<i>Sumber: Data Pribadi (2024)</i>	42
Gambar 3.10 Fitur Instagram <i>Story</i>	44
Gambar 3.11 Konten Instagram <i>Story</i> Vaseline	44
Gambar 3.12 Pembahasan <i>Caption</i> Instagram	45
Gambar 3.13 Konten Instagram Reels Vaseline	46
Gambar 3.14 Instagram <i>Feed</i> Vaseline	47
Gambar 3.15 Pembahasan <i>Caption</i> dan <i>Cover</i> TikTok	48
Gambar 3.16 TikTok Sunsilk	48
Gambar 3.17 Vaseline <i>Raw Data SMC Report</i> February 2024	49
Gambar 3.18 Contoh Instagram Post <i>Insight</i>	50
Gambar 3.19 Contoh Instagram <i>Story Insight</i>	50

Gambar 3.20 Contoh TikTok Video <i>Analysis</i>	51
Gambar 3.21 Contoh Insight Instagram.....	51
Gambar 3.22 Sprinkl.....	53



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Pengantar MBKM (MBKM 01).....	64
Lampiran B Kartu MBKM (MBKM 02)	65
Lampiran C Surat Penerimaan Magang	66
Lampiran D Daily Task Magang (MBKM 03)	67
Lampiran E Lembar Verifikasi Laporan MBKM 04	68
Lampiran F Formulir Konsultasi Magang	69
Lampiran G Dokumentasi Magang.....	70
Lampiran H Uji Plagiarisme (Turnitin).....	71
Lampiran I Curriculum Vitae (CV).....	72

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA