

**PERAN MARKETING COMMUNICATION INTERN DALAM  
PENGELOLAAN AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM *REELS*  
UMN INTERNATIONAL**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

**BEATRICE ANGELLIE**

**0000054798**

**PROGRAM STUDI STRATEGIC COMMUNICATION  
ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2024**

**PERAN MARKETING COMMUNICATION INTERN DALAM  
PENGELOLAAN AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM *REELS***

**UMN INTERNATIONAL**



**LAPORAN MBKM**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

**BEATRICE ANGELLIE**

**00000054798**

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

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Beatrice Angellie

Nomor Induk Mahasiswa : 00000054798

Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

**PERAN MARKETING COMMUNICATION INTERN DALAM  
PENGELOLAAN AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM REELS UMN  
INTERNATIONAL**

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, 4 Juni 2024

A handwritten signature in black ink is written over a QR code and a pink rectangular stamp. The stamp contains the text 'KETERANGAN' and '0000'.

Beatrice Angellie

UMM  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul

### PERAN MARKETING COMMUNICATION INTERN DALAM PENGELOLAAN AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM *REELS* UMN INTERNATIONAL

Oleh

Nama : Beatrice Angellie  
NIM : 00000054798  
Program Studi : *Strategic Communication*  
Fakultas : Ilmu Komunikasi


Telah diujikan pada hari Kamis, 06 Juni 2024  
Pukul 13.00 s.d 14.00 dan dinyatakan  
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji


  
**Cendera Rizky Anugrah**  
**Bangun, M.Si.**  
NIDN 0304078404

  
**Dr. Nuria Astagini,**  
**S.Sos, M.Si**  
NIDN 00404038205

Pembimbing

  
**Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.**  
NIDN 0304078404

Kepala 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 : Beatrice Angellie  
NIM : 00000054798  
Program Studi : Komunikasi Strategis  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
JenisKarya : Laporan MBKM

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 MARKETING COMMUNICATION INTERN DALAM PENGELOLAAN AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM REELS UMN INTERNATIONAL**

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, 26 Mei 2024

Yang menyatakan,



Beatrice Angellie

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul:

### **PERAN MARKETING COMMUNICATION INTERN DALAM PENGELOLAAN AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM REELS UMN INTERNATIONAL**

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 Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara sekaligus Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya laporan magang ini.
4. Kakak Angelique Mutiara, S.M., sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan magang ini.
5. Kakak Patricia Valencia, S.Ikom., sebagai Supervisor Lapangan yang telah memberikan penilaian kinerja selama melakukan praktik kerja magang.
6. Kepada Perusahaan Universitas Multimedia Nusantara yang telah memberikan kesempatan untuk berkembang dan belajar serta mendapatkan pengalaman baru dalam dunia pekerjaan.

7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan magang ini.
8. Kepada teman-teman Koordinator Mentor Mentoring UMN 2023 yang senantiasa memberikan dukungan dan hiburan selama mengerjakan laporan magang ini.

Semoga laporan magang ini dapat menjadi pembelajaran dan motivasi kedepannya kepada para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 26 Mei 2024



(Beatrice Angellie)

UMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

# PERAN MARKETING COMMUNICATION INTERN DALAM PENGELOLAAN AKUN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM *REELS* UMN INTERNATIONAL

Beatrice Angellie

## ABSTRAK

Universitas Multimedia Nusantara merupakan salah satu universitas swasta di Tangerang, Banten. Menjadi salah satu *social media intern* di Universitas Multimedia Nusantara menjadi sebuah pengalaman yang baru yang dimana bisa melihat bagaimana sebuah universitas melakukan promosi lewat media sosial. Media sosial adalah sebuah media yang paling banyak digunakan pada saat ini karena melalui media sosial kita dapat mengakses banyak hal dan mendapatkan informasi dengan cepat. Salah satu media sosial yang paling sering digunakan adalah Instagram. Fitur yang dimiliki Instagram sendiri sangat beragam salah satunya adalah Instagram *reels* yang dimana berupa video pendek selama 15 detik - 2 menit. Dalam divisi ini yang mempunyai tugas untuk membuat konten video yang sifatnya menghibur dan informatif untuk menarik audiens dalam akun Instagram @umninternational yang merupakan salah satu program terbaru di UMN yang dimana kelas akan dilaksanakan dalam bahasa Inggris sebagai bahasa pengantar. Kendala yang didapatkan adalah kurangnya sumber daya manusia dan juga terdapat kesulitan dalam pengeditan video serta yang lainnya. Dari kendala-kendala yang ada, sudah terdapat solusi untuk menyelesaikannya.

**Kata kunci:** Instagram, Media Sosial, UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



# THE ROLE OF MARKETING COMMUNICATION INTERN IN MANAGING UMN INTERNATIONAL'S INSTAGRAM REELS SOCIAL MEDIA ACCOUNT

Beatrice Angellie

## ***ABSTRACT***

*Multimedia Nusantara University is one of the private universities in Tangerang, Banten. Being a social media intern at Multimedia Nusantara University is a new experience where one can observe how a university promotes itself through social media. Social media is the most widely used medium nowadays because, through it, we can access a lot of information quickly. One of the most frequently used social media platforms is Instagram. Instagram itself offers various features, one of which is Instagram Reels, consisting of short videos lasting from 15 seconds to 2 minutes. In this division, the task is to create entertaining and informative video content to attract audiences to the @umninternational Instagram account, which is one of the newest programs at UMN where classes will be conducted in English as the medium of instruction. Challenges encountered include a lack of human resources and difficulties in video editing, among others. Solutions have been devised to address these challenges.*

***Keywords:*** Instagram, Social Media, UMN

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## **DAFTAR ISI**

<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</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>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</b>	
<b>PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
<b>Latar Belakang</b>	<b>1</b>
Maksud dan Tujuan Kerja Magang	<b>8</b>
Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	<b>9</b>
<b>BAB II</b>	
<b>GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b>	<b>11</b>
Sejarah Singkat Perusahaan	<b>11</b>
Visi Misi	<b>15</b>
Struktur Organisasi Perusahaan	<b>17</b>
<b>BAB III</b>	
<b>PELAKSANAAN KERJA MAGANG</b>	<b>20</b>
Kedudukan dan Koordinasi	<b>20</b>
Tugas dan Uraian Kerja Magang	<b>21</b>
Kendala yang Ditemukan	<b>45</b>
Solusi atas Kendala yang Ditemukan	<b>46</b>

<b>BAB IV</b>	
<b>SIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>48</b>
<b>Simpulan</b>	<b>48</b>
<b>Saran</b>	<b>49</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>52</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>58</b>



**UMMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Timeline Pelaksanaan Kerja Magang	21
Tabel 3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	23
Tabel 3.3 SWOT <i>Analysis</i> UMN International	27



UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Daftar sosial media yang paling sering digunakan per tahun 2024	1
Gambar 1.2 <i>Daily time spent with media</i>	3
Gambar 1.3 10 Negara dengan jumlah pengguna Instagram terbanyak di dunia	4
Gambar 1.4 Durasi penggunaan Instagram dunia per Januari 2023	5
Gambar 1.5 Akun Instagram Universitas Multimedia Nusantara	7
Gambar 1.6 Akun Instagram UMN International	8
Gambar 2.1 Gedung Universitas Multimedia Nusantara	12
Gambar 2.2 REI Property Awards 2016 UMN memenangkan penghargaan untuk gedung <i>new media tower</i> .	13
Gambar 2.3 Logo Universitas Multimedia Nusantara	16
Gambar 2.4 Jajaran Rektor Universitas Multimedia Nusantara	17
Gambar 2.5 Struktur Perusahaan <i>Marketing Communication</i>	18
Gambar 3.1 Alur Kerja Magang	20
Gambar 3.2 Persentase pengikut Instagram	25
Gambar 3.3 Akun Instagram UMN International	25
Gambar 3.4 Beberapa contoh <i>caption</i> yang penulis buat untuk konten di Instagram @umninternational	30
Gambar 3.5 Contoh <i>Content Plan</i> untuk Instagram <i>reels</i>	31
Gambar 3.6 Contoh <i>Content Plan</i> beserta dengan referensi dan <i>copy text</i>	32
Gambar 3.7 Proses <i>editing</i> konten-konten yang telah melewati proses <i>shooting</i> .	33
Gambar 3.8 <i>Caption</i> dan <i>Cover reels</i> untuk Instagram	34
Gambar 3.9 Konten-konten awal dari akun Instagram @umninternational	35
Gambar 3.10 Beberapa konten yang kolaborasi dengan akun @universitasmultimediansantara dan mengikuti tren yang sedang naik.	37
Gambar 3.11 Alur Kerja Magang Penulis	38
Gambar 3. 12 <i>Performance</i> Instagram UMN International pada bulan April 2024	39
Gambar 3.13 Liputan acara <i>press conference</i> Puteri Indonesia 2023, Liputan acara tanda tangan MOU dengan SMA Kristoforus, Liputan Open House UMN 2023, Liputan <i>Academic Writing</i> dan Liputan Acara Daesang Art and Film Festival	40
Gambar 3.14 Beberapa kumpulan <i>Live Stream</i> di platform Instagram dan Tiktok	41
Gambar 3.15 Beberapa hasil karya konten yang dikerjakan oleh anak sekolahan SMA Saint John dan SMA IPEKA.	43
Gambar 3.16 Beberapa dokumentasi saat aktivitas U-Tive dan Proses pembuatan konten oleh SMA Saint John dan SMA IPEKA.	45

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran A. Surat Pengantar MBKM (MBKM 01)

Lampiran B. Kartu MBKM (MBKM 02)

Lampiran C. Daily Task Kewirausahaan (MBKM 03)

Lampiran D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04)

Lampiran E. Surat Penerimaan MBKM (LoA)

Lampiran F. Lampiran pengecekan hasil Turnitin



# UMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA