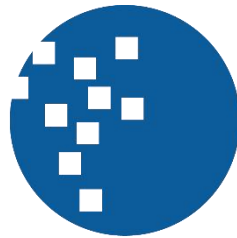


**AKTIVITAS PEMASARAN MEDIA SOSIAL DI PT TERANG
BAGI BANGSA (TITIPKU)**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

Kevin Wilbert Aurelio Wijaya

0000055270

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

2024

**AKTIVITAS PEMASARAN MEDIA SOSIAL DI PT TERANG
BAGI BANGSA (TITIPKU)**



LAPORAN MAGANG

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Kevin Wilbert Aurelio Wijaya

0000055270

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Kevin Wilbert Aurelio Wijaya
NIM : 00000055270
Program studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Laporan Magang saya yang berjudul:
**AKTIVITAS PEMASARAN MEDIA SOSIAL DI PT TERANG
BAGI BANGSA (TITIPKU)**

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain; Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 28 Mei 2024



Kevin Wilbert Aurelio Wijaya

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul

AKTIVITAS PEMASARAN MEDIA SOSIAL DI PT TERANG BAGI BANGSA (TITIPKU)

Oleh

Nama : Kevin Wilbert Aurelio Wijaya

NIM : 00000055270

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Jumat, 7 Juni 2024

Pukul 09.00 s.d 10.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan pengujian sebagai berikut

Ketua Sidang

Penguji

Mujiono, S.Ikom., M.I.Kom.

NIDN 0315108802

Dr. Arsa Widitiarsa Utoyo, S.T., M.Sn

NIDN 031306820

Pembimbing

Mujiono, S.Ikom., M.I.Kom.

NIDN 0315108802

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 : Kevin Wilbert Aurelio Wijaya
NIM : 00000055270
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
JenisKarya : 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 PEMASARAN MEDIA SOSIAL DI PT TERANG BAGI BANGSA (TITIPKU)

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, 28 Mei 2024
Yang menyatakan,



Kevin Wilbert Aurelio Wijaya

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 Pemasaran Media Sosial di PT Terang Bagi Bangsa (Titipku)**” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana Jurusan Ilmu Komunikasi Pada 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 Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Mujiono Sandim, S.Ikom., M.I.Kom. sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan.
5. Bapak/Ibu Dosen selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan selama sidang.
6. Fauzi Rahardian sebagai Pembimbing Lapangan.
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, Mami, Papi, Enji, Elmer, Fritz, dan Edric.

Semoga karya ilmiah ini dapat menjadi pembelajaran dan sumber informasi bagi para pembacanya, terlebih untuk mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 28 Mei 2024



Kevin Wilbert Aurelio Wijaya

AKTIVITAS PEMASARAN MEDIA SOSIAL DI PT TERANG BAGI BANGSA (TITIPKU)

Kevin Wilbert Aurelio Wijaya

ABSTRAK

Bisnis dan dunia digital menjadi dua hal yang sangat berhubungan di era sekarang ini. Luasnya jangkauan pasar yang ada dalam media sosial dapat memperbesar potensi kesuksesan suatu usaha. Titipku merupakan perusahaan berbentuk aplikasi belanja yang menjadi penghubung antara pedagang yang ada di pasar dengan pembeli. Kemajuan bisnis membuat Titipku berhasil melakukan ekspansi dan mengakuisisi beberapa perusahaan yang relevan dengan Titipku, termasuk Serpong Fresh. Serpong Fresh merupakan bisnis konvensional yang menjual produk seperti daging ayam, bebek, dan masih banyak lagi. Untuk perkembangan perusahaan Serpong Fresh membutuhkan pemasaran di media sosial. Kegiatan kerja magang juga mengalami kendala yang ada di dalamnya seperti masalah kebijakan platform yang sensitif, dan beberapa masalah kecil lainnya. Setelah kegiatan kerja magang selama 640 jam berlangsung, dapat ditarik kesimpulan bahwa tujuan kerja magang dapat dikatakan terpenuhi. Dimana meningkatnya pemahaman terkait dasar pemasaran di media sosial, pembentukan citra perusahaan, memahami cara komunikasi persuasif di video untuk mendapatkan pembelian.

Kata Kunci: Pemasaran Media Sosial, Dunia Digital, *Marketing*, Perkembangan Perusahaan.

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Social Media Marketing Activities at PT Terang Bagi Bangsa (Titipku)

Kevin Wilbert Aurelio Wijaya

ABSTRACT

In the current era, business and the digital world are closely related. The wide market reach that exists in social media can increase the potential success of a business. Titipku is a company in the form of a shopping application that connects traders in the market with buyers. As the business progressed, Titipku successfully expanded and acquired several companies relevant to Titipku, including Serpong Fresh. Serpong Fresh is a conventional business that sells products such as chicken, duck, and many more. For the development of the company, Serpong Fresh requires marketing on social media. Internship activities also experience obstacles that exist in it such as sensitive platform policy issues, and several other minor problems. After 640 hours of internship work activities, it can be concluded that the objectives of the internship can be said to be fulfilled. Where increased understanding of the basics of marketing on social media, building a company image, understanding how to communicate persuasively in videos to get purchases.

Keywords: *Social Media Marketing, Digital World, Marketing, Company Development.*

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	14
1.1 Latar Belakang	14
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang	15
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	16
1.3.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kerja Magang	16
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	16
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	19
2.1 Tentang Titipku	19
2.1.1 Sejarah Singkat Titipku	19
2.1.2 Sejarah Singkat Serpong Fresh	19
2.2 Visi Misi Titipku	20
2.2.1 Visi	20
2.2.2 Misi	21
2.3 Struktur Organisasi Perusahaan	21
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	22
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	22
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	23
3.2.1 Tugas Kerja Magang	23

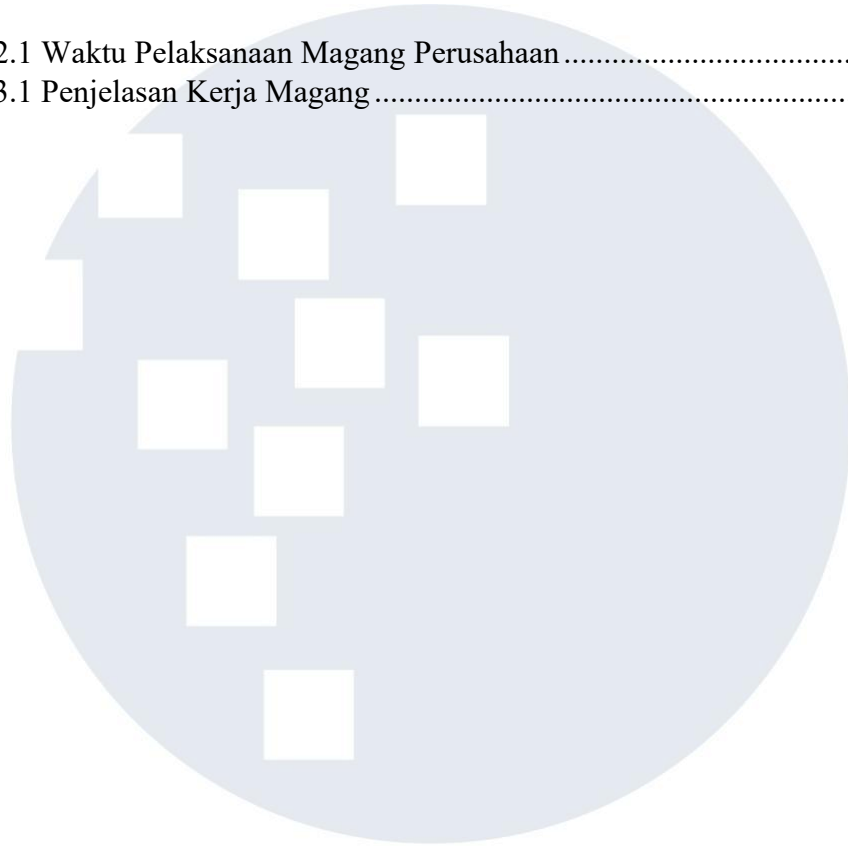
3.2.2	Penjelasan Tugas Magang.....	25
3.3	Kendala yang Ditemukan.....	35
3.4	Solusi Atas Kendala yang Ditemukan.....	36
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN.....		38
4.1	Simpulan.....	38
4.2	Saran.....	39
4.2.1	Saran untuk Serpong Fresh.....	40
4.2.2	Saran untuk Universitas Multimedia Nusantara.....	40
4.2.3	Saran untuk Universitas Mahasiswa yang Akan Magang.....	40
DAFTAR PUSTAKA.....		41
LAMPIRAN.....		42

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan.....	20
Tabel 3.1 Penjelasan Kerja Magang	25



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Titipku	19
Gambar 2.2 Logo Serpong Fresh	20
Gambar 2.3 Struktur Organisasi Titipku	21
Gambar 3.1 Akun Tiktok Serpong Fresh	22
Gambar 3.2 Tabel Uraian Kerja Magang	23
Gambar 3.3 Hasil Survey Minat Iklan	24
Gambar 3.4 Perencanaan <i>ads</i> di <i>Website</i> Iklan	25
Gambar 3.5 Contoh <i>Script</i>	26
Gambar 3.6 Contoh Konten	28
Gambar 3.7 Pembuatan <i>Content Plan</i>	29
Gambar 3.8 Kegiatan <i>Editing</i>	32
Gambar 3.9 Pengumpulan <i>Draft</i>	33
Gambar 3.10 Chat Revisi dari <i>Supervisor</i>	33
Gambar 3.11 Proses <i>Posting</i>	34

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

A. Surat Pengantar MBKM (MBKM 01).....	42
B..Kartu MBKM (MBKM 02).....	43
C.. <i>Daily Task</i> Kewirausahaan (MBKM 03).....	44
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM (MBKM 04).....	45
E..Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin.....	46

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA