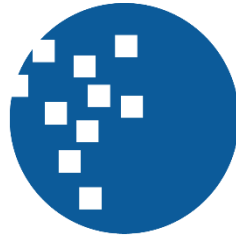


**IMPLEMENTASI SOCIAL MEDIA MARKETING PADA PT
KOPINDO JAYA (KOPINDO GROUP)**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

STEPHANUS WINATA

0000055962

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

**IMPLEMENTASI SOCIAL MEDIA MARKETING PADA PT
KOPINDO JAYA (KOPINDO GROUP)**



LAPORAN MAGANG

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

STEPHANUS WINATA

0000055962

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Stephanus Winata

Nomor Induk Mahasiswa : 00000055962

Program Studi : Komunikasi Strategis

Laporan Magang dengan judul:

IMPLEMENTASI SOCIAL MEDIA MARKETING PADA PT KOPINDO JAYA (KOPINDO GROUP)

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan magang 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 kegiatan magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, Juni 2024



Stephanus Winata

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan Magang dengan judul
**IMPLEMENTASI SOCIAL MEDIA MARKETING PADA PT
KOPINDO JAYA (KOPINDO GROUP)**

Oleh
Nama : Stephanus Winata
NIM : 00000055962
Program Studi : Komunikasi Strategis
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 7 Juni 2024

Pembimbing

Ariel Barlian Obadyah, S.Sos., M.I.Kom.
NIDN 0328058106

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**IMPLEMENTASI SOCIAL MEDIA MARKETING PADA PT
KOPINDO JAYA (KOPINDO GROUP)**

Oleh

Nama : Stephanus Winata

NIM : 00000055962

Program Studi : Komunikasi Strategis

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 20 Juni 2024

Pukul 00.00 s.d 00.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

Ketua Sidang



Ariel Barlian Obadyah, S.Sos.,

M.I.Kom.

NIDN 0328058106

Penguji



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

NIDN 0304039001

Pembimbing



Ariel Barlian Obadyah, S.Sos., M.I.Kom.

NIDN 0328058106

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.

NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI LAPORAN MAGANG UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Stephanus Winata
NIM : 00000055962
Program Studi : Komunikasi Strategis
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 laporan magang saya yang berjudul:

IMPLEMENTASI SOCIAL MEDIA MARKETING PADA PT KOPINDO JAYA (KOPINDO GROUP)

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 laporan magang saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 7 Juni 2024

Yang menyatakan,



Stephanus Winata

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:

“IMPLEMENTASI SOCIAL MEDIA MARKETING PADA PT KOPINDO JAYA (KOPINDO GROUP)” 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:
Mengucapkan terima kasih

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 dan sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan magang ini.
4. Bapak Ariel Barlian Obadyah S.Sos., M.I.Kom. selaku Dosen 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. Keluarga dan teman saya yang telah memberikan bantuan dukungan baik secara material ataupun moral, sehingga saya dapat menyelesaikan laporan magang ini.

7. Ibu Dinda Amalia Rizki Sumardhie selaku *Digital Marketing Manager* PT Kopindo Jaya yang mendukung terjadinya kegiatan PKL di PT Kopindo Jaya.
8. Bapak Jimmy Ciputra selaku *Assistant Marketing Manager* PT Kopindo Jaya yang membimbing saya menjalankan kegiatan PKL di PT Kopindo Jaya.
9. Tim *Digital Marketing* PT Kopindo Jaya yang telah membantu, menyemangati, dan membagi ilmunya selama melakukan kegiatan PKL di PT Kopindo Jaya.

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

Tangerang, 7 Juni 2024



Stephanus Winata

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

IMPLEMENTASI SOCIAL MEDIA MARKETING PADA PT KOPINDO JAYA (KOPINDO GROUP)

Stephanus Winata

ABSTRAK

Laporan ini membahas tentang pengalaman kerja magang di **PT Kopindo Jaya**, yaitu sebuah perusahaan yang bergerak di bidang *tourism*. **Latar Belakang** pemilihan perusahaan ini sebagai tempat magang adalah tumbuhnya perekonomian Indonesia serta peluang *tourism* di Pulau Bali yang terus berkembang. PT Kopindo Jaya yang dimulai dari *tour* pabrik kopi dengan brand Golden Rabbits Coffee kini melihat peluang di bidang-bidang lainnya seputar *tourism* dan sudah melakukan ekspansi memasuki industri F&B, spa, *entertainment*, dan lainnya. **Tujuan** pelaksanaan kerja magang ini adalah untuk berkontribusi kepada perusahaan dan mengasah *hard skill* dengan mengimplementasikan konsep dan teori yang sudah dipelajari selama masa perkuliahan, khususnya pada mata kuliah Art, Copywriting & Creative Strategy, Social Media & Mobile Marketing, Visual & Photographic Communication, dan Digital Graphic Communication; serta *soft skill* yang berkaitan dengan melakukan kerjasama secara tim. **Posisi** yang ditempati adalah sebagai *Digital Marketing Intern* yang berada di bawah divisi *Digital Marketing* pada perusahaan. **Deskripsi pekerjaan** pemegang sebagai *Digital Marketing Intern* adalah membantu segala aktivitas yang terjadi dalam divisi *Digital Marketing*. Namun, seiring berjalannya waktu pemegang banyak memberi kontribusi kepada tim *Content Creator*, yang menjadi role yang dibutuhkan selama durasi kerja magang. **Konsep** seputar kegiatan *digital marketing* yang digunakan pada laporan magang adalah konsep dan teori dari Quensenberry (2019), Cotton (2016), Chaffey & Chadwick (2022), Stern (2017), dan lainnya. **Kendala utama** dalam menjalankan kerja magang adalah pada beberapa *workflow* perusahaan yang masih dapat ditingkatkan, terutama pada hal-hal yang bersifat situasional seperti kerjaan tambahan dan kendala mendadak. Setelah menjalankan kegiatan magang selama 640 jam atau setara dengan 80 hari kerja, pemegang dapat memberi **kesimpulan** bahwa seorang *Content Creator* memiliki peran penting dalam meningkatkan nilai dari *brand* melalui media sosial. Pemegang dapat memperoleh banyak ilmu dan pengalaman atas segala hal yang berkaitan dengan pemasaran digital, serta berkontribusi melalui proyek-proyek nyata yang berdampak bagi perusahaan.

Kata kunci: PT Kopindo Jaya, Digital Marketing, Digital Marketing Intern, Content Creator, Tourism Industry.

SOCIAL MEDIA MARKETING IMPLEMENTATION AT KOPINDO GROUP

Stephanus Winata

ABSTRACT

*This report discusses about the internship experience at PT Kopindo Jaya, a company in the tourism sector. The **background** for choosing this company is the growing Indonesian economy and the continuously developing tourism opportunities in Bali. PT Kopindo Jaya, which started with a coffee factory tour under the brand Golden Rabbits Coffee, now sees opportunities in other tourism-related fields and has expanded into F&B, spa, entertainment, and other industries. The **purpose** of this internship is to contribute to the company and hone hard skills by implementing the concepts and theories learned during college, particularly in courses such as Art, Copywriting & Creative Strategy, Social Media & Mobile Marketing, Visual & Photographic Communication, and Digital Graphic Communication; as well as soft skills related to teamwork. The **position** held is Digital Marketing Intern under the Digital Marketing division. The **job description** as a Digital Marketing Intern includes assisting all activities in the Digital Marketing division. However, over time, the intern contributed more to the Content Creator team, a role that was needed during the internship period. The digital marketing **concepts** used in this internship report are based on theories by Quensenberry (2019), Cotton (2016), Chaffey & Chadwick (2022), Stern (2017), and others. The **main challenge** during the internship was the company's workflows that could be improved, especially in handling situational tasks and sudden issues. After completing the 640-hours of internship, the intern **concluded** that a Content Creator plays an essential role in enhancing a brand's value through social media. The intern gained a lot of knowledge and experience in all aspects of digital marketing and contributed through real projects that impacted the company.*

Keywords: PT Kopindo Jaya, Digital Marketing, Digital Marketing Intern, Content Creator, Tourism Industry

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI LAPORAN MAGANG UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang	6
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	6
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	9
2.1 Tentang PT Kopindo Jaya (Kopindo Group)	9
2.2 Visi Misi PT Kopindo Jaya	11
2.3 Struktur Organisasi PT Kopindo Jaya	12
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	15
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang	15
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang	16
3.2.1 Tugas Kerja Magang	17
3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang	19
3.2.3 Kendala	48
3.2.4 Solusi Atas Kendala	49

BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	51
4.1 Simpulan	51
4.2 Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN A	58
LAMPIRAN B	59
LAMPIRAN D	82
LAMPIRAN E	83
LAMPIRAN F	84
LAMPIRAN G	86
LAMPIRAN H	87

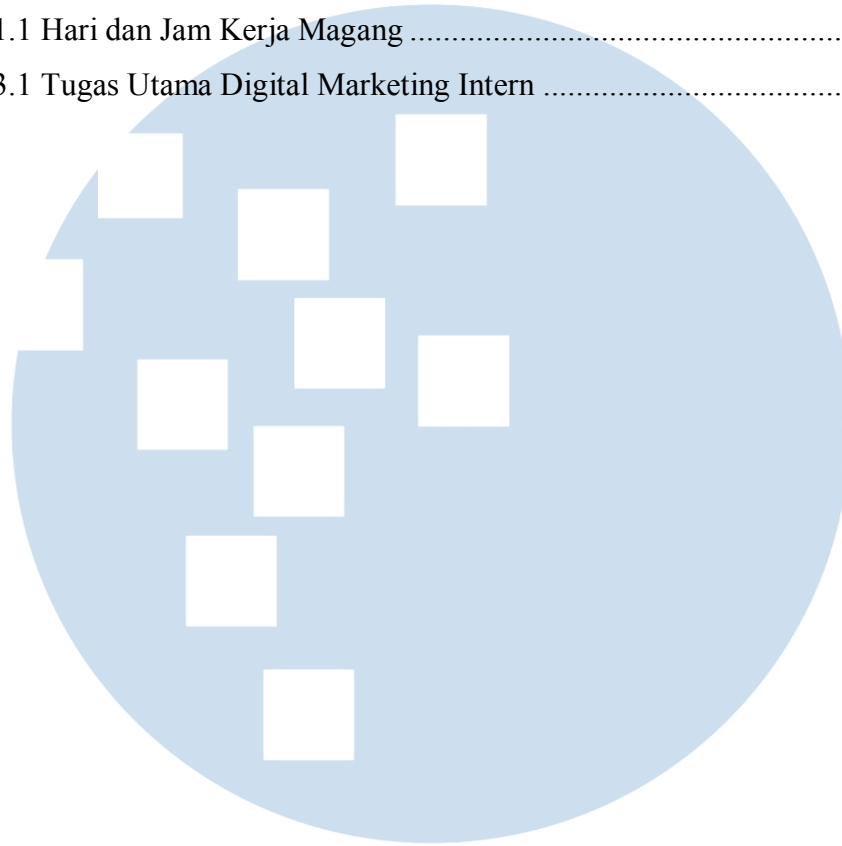


UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hari dan Jam Kerja Magang	7
Tabel 3.1 Tugas Utama Digital Marketing Intern	18



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo PT Kopindo Jaya	9
Gambar 2.3 Struktur Organisasi PT Kopindo Jaya	12
Gambar 2.4 Struktur Divisi <i>Digital Marketing</i> PT Kopindo Jaya.....	13
Gambar 3.1 Alur Kerja Pembuatan Konten PT Kopindo Jaya.....	18
Gambar 3.2 Presentasi <i>Weekly Meeting Digital Marketing</i> PT Kopindo Jaya	20
Gambar 3.3 Pencatatan <i>Weekly Meeting Digital Marketing</i> PT Kopindo Jaya	21
Gambar 3.4 <i>Storyboard 'Birthday' dan 'Gathering'</i> Jimbaran Plaza Resto.....	24
Gambar 3.5 <i>Group Chat Reference</i> Tim <i>Content Creator</i> PT Kopindo Jaya	25
Gambar 3.6 Aplikasi Notion Tim <i>Content Creator</i> PT Kopindo Jaya	26
Gambar 3.7 <i>Test shoot Brand</i> Jimbaran Plaza Resto.....	28
Gambar 3.8 Konten ' <i>Birthday</i> ' dan listing properti Jimbaran Plaza Resto.....	29
Gambar 3.9 <i>Shooting POV Customer</i> Rootin Coffee	29
Gambar 3.10 Konten Rekomendasi Barista dan Estetika Minuman Rootin Coffee	30
Gambar 3.11 Shot list Konten ' <i>gathering</i> ' Jimbaran Plaza Resto.....	31
Gambar 3.12 <i>Marking 'day to night'</i> Professor Bubur	34
Gambar 3.13 <i>Food Photography</i> Dimsum Professor Bubur.....	35
Gambar 3.14 Konten <i>Signature Menu</i> Rootin Coffee	36
Gambar 3.15 Konten <i>Liquor Store</i> Lengkap Jimbaran Liquor Store	37
Gambar 3.16 Konten 3 Tipe Pelanggan Rootin Coffee	38
Gambar 3.17 BTS Konten 3 Tipe Pelanggan Rootin Coffee	39
Gambar 3.17 <i>Greenscreen</i> pada Konten Transisi Professor Seafood.....	42
Gambar 3.18 <i>Masking</i> pada Konten <i>Menu Pop-up</i> Professor Seafood	43
Gambar 3.19 Rancangan <i>Ad Campaign</i> Meta Ads Manager	46
Gambar 3.20 Cover <i>Company Profile</i> PT Kopindo Jaya.....	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Pengantar Kerja Magang (MBKM-01)	58
Lampiran B Kartu Magang (MBKM-02).....	59
Lampiran C <i>Daily Task</i> (MBKM-03)	60
Lampiran D Form Verifikasi Laporan Magang (MBKM-04).....	82
Lampiran E Surat Penerimaan Kerja Magang.....	83
Lampiran F Resume	84
Lampiran G Form Bimbingan	86
Lampiran H Hasil Cek Turnitin.....	87

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA