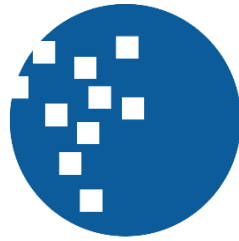


**AKTIVITAS *SOCIAL MEDIA MARKETING* PADA MEDIA
SOSIAL TIKTOK SINOTIF INDONESIA DALAM
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS***



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

Ferdinand Julius Hartoto

0000056186

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

2024

**AKTIVITAS *SOCIAL MEDIA MARKETING* PADA MEDIA
SOSIAL TIKTOK SINOTIF INDONESIA DALAM
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS***



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

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

Ferdinand Julius Hartoto

00000056186

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

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Ferdinand Julius Hartoto

Nomor Induk Mahasiswa : 00000056186

Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang Penelitian dengan judul:

**AKTIVITAS *SOCIAL MEDIA MARKETING* PADA MEDIA SOSIAL
TIKTOK SINOTIF INDONESIA DALAM MENINGKATKAN *BRAND
AWARENESS***

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, 20 Juni 2024



(Ferdinand Julius Hartoto)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul

AKTIVITAS *SOCIAL MEDIA MARKETING* PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK SINOTIF INDONESIA DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*

Oleh

Nama : Ferdinand Julius Hartoto
NIM : 00000056186
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 20 Juni 2024

Pukul 14.00 s/d 15.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Charlie Tjokrodinata, S.Kom., M.Sc.

NIDN 324098002c

Penguji



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

NIDN 0320109004

Pembimbing



Charlie Tjokrodinata, S.Kom., M.Sc.

NIDN 324098002c

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 : Ferdinand Julius Hartoto

NIM : 00000056186

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 *SOCIAL MEDIA MARKETING* PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK SINOTIF INDONESIA DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*

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, 12 Juni 2024

Yang menyatakan,



(Ferdinand Julius Hartoto)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan Magang ini dengan judul: **“AKTIVITAS *SOCIAL MEDIA MARKETING* PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK SINOTIF INDONESIA DALAM MENINGKATKAN BRAND *AWARENESS*”** dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Jurusan 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. 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. Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Charlie Tjokrodinata, S.Kom., M.Sc., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Hafidz Noor Rasheed, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya Laporan Magang.
6. Kepada Perusahaan PT. Sinotif Indonesia, telah memberikan kesempatan untuk magang.
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Magang ini.

8. Jonathan, Christopher Evan Pangestu, Devlin Meyer, Viorentina, Seselistiani, dan Rio Hariadi Wijaya yang telah memberikan motivasi, semangat, dan arahan

Semoga Laporan Magang ini bermanfaat, baik sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi, bagi para pembaca

Tangerang, 12 Juni 2024



(Ferdinand Julius Hartoto)

AKTIVITAS *SOCIAL MEDIA MARKETING* PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK SINOTIF INDONESIA DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*

(Ferdinand Julius Hartoto)

ABSTRAK

*Industri pendidikan terus mengalami pertumbuhan dan perkembangan. Dalam industri ini, pemasaran digital memainkan peran penting dalam mempromosikan jasa layanan bimbingan belajar (bimbel), memberikan informasi tentang ilmu pengetahuan, dan meningkatkan minat edukasi audiens. Salah satu perusahaan yang menerapkan strategi ini adalah PT. Sinotif Indonesia. Praktik kerja magang di divisi marketing communication perusahaan bertujuan mempelajari digital marketing dalam dunia kerja. Bentuk pemasaran digital yang digunakan adalah social media marketing, yang meliputi aktivitas content marketing, content planning, dan penulisan takarir (copywriting). Konsep social media marketing yang digunakan dalam laporan ini diambil dari buku *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* oleh Chaffey & Ellis-Chadwick (2016). Selama proses kerja magang, terdapat beberapa kendala utama, yaitu keterbatasan ide dan referensi konten, keterbatasan sumber daya manusia saat memenuhi target posting, ketidakresponsifan supervisor dan mentor, serta fluktuasi engagement pada konten. Setelah menyelesaikan kerja magang selama 640 jam, dapat disimpulkan bahwa bidang social media marketing memerlukan kreativitas serta teknik content marketing, content planning, dan copywriting yang baik untuk menghasilkan konten yang menarik.*

Kata kunci: *Brand Awareness, Content Marketing, Content Planning, Copywriting, Social Media Marketing*

***SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITIES ON TIKTOK
SOCIAL MEDIA OF SINOTIF INDONESIA IN INCREASING
BRAND AWARENESS***

(Ferdinand Julius Hartoto)

ABSTRACT

*The education industry is continually evolving and expanding. Within this sector, digital marketing plays a pivotal role in promoting tutoring services, disseminating knowledge, and increasing the audience's educational engagement. PT. Sinotif Indonesia is one such company that employs this strategy. An internship in the company's marketing communication division aims to provide practical experience in digital marketing. The strategies utilized include social media marketing, encompassing content marketing, content planning, and copywriting activities. The framework applied in this report is based on *Digital Marketing: Strategy, Implementation, and Practice* by Chaffey & Ellis-Chadwick (2016). Throughout the internship, several primary challenges were encountered, including limited ideas and content references, insufficient human resources to meet posting targets, unresponsiveness from supervisors and mentors, and fluctuating engagement rates with the content. After completing the 640-hour internship, it is evident that success in social media marketing requires both creativity and proficiency in content marketing, content planning, and copywriting to produce compelling content. Moreover, the experience highlights the importance of adaptability and strategic thinking in overcoming obstacles and achieving marketing goals.*

Keywords: *Brand Awareness, Content Marketing, Content Planning, Copywriting, Social Media Marketing*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....	5
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	6
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	6
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	6
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	9
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	9
2.1.1 Visi Misi.....	10
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	11
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	14
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	14
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	15
3.2.1 Tugas Kerja Magang	15
3.2.1 Uraian Kerja Magang.....	18

3.3	Kendala yang Ditemukan	32
3.4	Solusi atas Kendala yang Ditemukan	34
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN.....		36
4.1	Simpulan.....	36
4.2	Saran.....	36
5.2.1	Saran untuk Perusahaan	37
5.2.1	Saran untuk Universitas	37
5.2.2	Saran untuk Mahasiswa.....	38
DAFTAR PUSTAKA		39
LAMPIRAN		41

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas Rutin Pemegang	16
Tabel 3.2 Linimasa Pekerjaan Peserta Magang.....	17



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 10 Aplikasi Yang Paling Banyak Diunduh di Indonesia.....	4
Gambar 2.1 Logo Sinotif.....	10
Gambar 2.2 Struktur Organisasi Sinotif Indonesia.....	11
Gambar 3.1 Konten <i>soft selling</i> TikTok Sinotif Indonesia.....	19
Gambar 3.2 <i>Content marketing</i> TikTok Sinotif Indonesia.....	24
Gambar 3.3 Video-video konten TikTok Sinotif Indonesia.....	25
Gambar 3.4 <i>Engagement</i> video konten TikTok Sinotif Indonesia.....	27
Gambar 3.5 <i>Content planning</i> TikTok Sinotif Indonesia.....	30
Gambar 3.6 <i>Copywriting</i> pada takarir TikTok Sinotif Indonesia.....	32

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Pengantar MBKM (MBKM 01)	41
Lampiran B Kartu MBKM (MBKM 02).....	42
Lampiran C <i>Daily Task MBKM</i> (MBKM 03)	43
Lampiran D Lembar Verifikasi Laporan MBKM (MBKM 04).....	62
Lampiran E Surat Penerimaan Magang.....	63
Lampiran F Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin	64
Lampiran G Formulir Konsultasi Magang	65
Lampiran H Semua Hasil Karya Tugas yang Dilakukan Selama MBKM.....	66
Lampiran I Curriculum Vitae (CV) Pemegang	76