

AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MARKETING DI PT. INTER

PARIWARA GLOBAL



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

Clara Ivana Lihan

0000057290

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI STRATEGIS

ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

**AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MARKETING DI PT. INTER
PARIWARA GLOBAL**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Komunikasi Strategis

Clara Ivana Lihan

00000057290

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI STRATEGIS

ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Clara Ivana Lihan

Nomor Induk Mahasiswa : **00000057290**

Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MARKETING DI PT. INTER PARIWARA GLOBAL

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 magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 11 Juni 2024



Handwritten signature of Clara Ivana Lihan.

(Clara Ivana Lihan)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

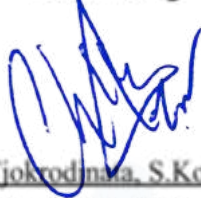
Laporan Magang dengan judul
**AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MARKETING DI PT. INTER
PARIWARA GLOBAL**

Oleh

Nama : Clara Ivana Lihan
NIM : 00000057290
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 25 Juni 2024
Pukul 10.00 s/d 11.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing



Charlie Tjokrodinata, S.Kom., M.Sc.
NIDN 0324098002

Penguji



Dr. Agustinus Rusdianto Berto, S.Sos., M.Si.
NIDN 0313088403

Ketua Sidang



Charlie Tjokrodinata, S.Kom., M.Sc.
NIDN 0324098002

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 : Clara Ivana Lihan

NIM : 00000057290

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya : 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 di PT. Inter Pariwara Global

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, 13 Juni 2024

Yang menyatakan,



Clara Ivana Lihan

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan Magang ini dengan judul: **“Aktivitas Social Media Marketing di PT. Inter Pariwara Global”** dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Jurusan Ilmu Komunikasi Pada Komunikasi Strategis 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 Dr. Ir. Andrey Andoko, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Komunikasi Strategis Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Charlie Tjokrodinata, S.Kom., M.Sc.. sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Kak Yurika Salim dan Kak Raden Widho Ratrianto, sebagai Pembimbing Magang yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan magang.
6. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan magang ini.
7. Jolynn, Grace, Kayla, dan Naswaa yang memberikan semangat selama magang dan juga saat pembuatan laporan magang.
8. Para rekan kerja di UM Indonesia dan MBCS yang memberikan bimbingan dan semangat selama praktek kerja magang.

Semoga laporan magang ini dapat memberikan gambaran tentang magang dan juga menjadi motivasi untuk mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 13 Juni 2024



(Clara Ivana Lihan)



AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MARKETING DI PT. INTER

PARIWARA GLOBAL

(Clara Ivana Lihan)

ABSTRAK

Promosi adalah tahap pemasaran dimana *brand* atau perusahaan memberikan pesan pemasaran kepada *target audience*. Terdapat banyak pilihan yang harus diambil dalam melakukan aktivitas promosi yang sesuai dengan kebutuhan *brand* atau perusahaan, terutama dalam pemilihan media untuk menyebarkan pemasaran dan pembuatan pesan promosi. Dengan mayoritas masyarakat Indonesia masih aktif menggunakan media tradisional dan media digital, penggunaan media sebagai pemasaran semakin efektif namun juga semakin kompetitif untuk perusahaan yang ingin menggunakannya. Agensi periklanan bisa memberikan jasa *media planning* untuk menentukan media pemasaran dan *social media marketing* untuk membangun pemasaran di media sosial. PT. Inter Pariwara Global merupakan agensi periklanan yang memberikan berbagai jasa pemasaran untuk berbagai perusahaan klien di Indonesia, termasuk *media planning* dan *social media marketing* yang saling bekerja sama. Dalam praktek kerja magang ini akan mempelajari dan mengimplementasikan keahlian yang ada di *media planning* dan *social media marketing* seperti analisis situasi, *copywriting*, dan pembuatan konten media sosial. Laporan ini akan menjelaskan aktivitas di *media planning* dan *social media marketing* dalam PT. Inter Pariwara Global, kendala apa yang dialami, dan solusi untuk kendala tersebut.

Kata kunci: analisis situasi, *copywriting*, *media planning*, promosi, PT. Inter Pariwara Global, *social media marketing*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITIES AT PT. INTER

PARIWARA GLOBAL

(Clara Ivana Lihan)

ABSTRACT (English)

Promotion is the stage of marketing where a brand or company delivers marketing messages to the target audience. There are many choices to be made in conducting promotional activities that align with the needs of the brand or company, particularly in the selection of media to disseminate marketing and the creation of promotional messages. With the majority of Indonesians still actively using both traditional and digital media, the use of media for marketing is becoming more effective but also increasingly competitive for companies that wish to utilize it. Advertising agencies can provide media planning services to determine marketing media and social media marketing services to build marketing on social media. PT. Inter Pariwara Global is an advertising agency that offers various marketing services for various client companies in Indonesia, including media planning and social media marketing that work together. In this internship, skills in media planning and social media marketing will be learned and implemented, such as situation analysis, copywriting, and social media content creation. This report will explain the activities in media planning and social media marketing at PT. Inter Pariwara Global, the challenges encountered, and the solutions to these challenges.

Keywords: *copywriting, media planning, promotion, PT. Inter Pariwara Global, situation analysis, 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 (English)	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
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.....	5
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	7
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	7
2.1.1 Visi Misi.....	9
2.1.1.1 Visi.....	9
2.1.1.2 Misi.....	9
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	10
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	15
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	15
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	16
3.2.1 Tugas Kerja Magang.....	16
3.2.2 Uraian Kerja Magang.....	17
3.2.2.1 Media Planner Intern.....	17
3.2.2.1.1 Analisis Situasi.....	17
3.2.2.1.2 Creative Brief.....	26
3.2.2.2 Social Media Specialist Intern.....	29
3.2.2.2.1 Analisis Situasi.....	29
3.2.2.2.2 Pembuatan Konten Media Sosial.....	30
3.3 Kendala yang Ditemukan.....	37
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	38
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	39

4.1 Simpulan.....	39
4.2 Saran.....	39
DAFTAR PUSTAKA.....	42
LAMPIRAN.....	44

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel Kerja *Media Planner Intern* dan *Social Media Specialist Intern* 17



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Media di Indonesia	2
Gambar 1.2 Diagram Venn PESO Model	4
Gambar 2.1 Logo PT. Inter Pariwara Global	7
Gambar 2.2 Logo UM Indonesia	8
Gambar 2.2 Logo Media Brand Content Studio	8
Gambar 2.3 Struktur Organisasi dan Logo PT. Inter Pariwara Group	10
Gambar 2.4 Struktur Organisasi UM Indonesia	11
Gambar 2.5 Struktur Tim Media UM Indonesia	12
Gambar 2.6 Struktur Organisasi Divisi Media Sosial MBCS	13
Gambar 2.7 Struktur Organisasi Divisi media sosial MBCS	14
Gambar 3.1 Bagan Alur Kerja Media Planning Intern	15
Gambar 3.2 Bagan Alur Kerja Media Planning Intern	16
Gambar 3.3 Hasil Riset SWOT Crunchyroll	19
Gambar 3.4 Deck Analisis Trend dalam Kategori Obat - Berita	20
Gambar 3.5 Deck Analisis Trend dalam Kategori Obat - Sosial Media	21
Gambar 3.6 Daftar Kompetitor Enervon-C	22
Gambar 3.7 Deck Competitor Review Enervon-C - ImBoost	22
Gambar 3.8 Deck Analisis Target audience Crunchyroll	24
Gambar 3.9 Deck Analisis Aktivitas TikTok Skintific	26
Gambar 3.10 Creative Brief untuk Natur-E - Latar Belakang	27
Gambar 3.11 Creative Brief untuk Natur-E - Tujuan Kampanye	27
Gambar 3.12 Creative Brief untuk Natur-E - Target Audience	28
Gambar 3.13 Creative Brief untuk Natur-E - Target Audience	28
Gambar 3.14 Creative Brief untuk Natur-E - Rekomendasi Ide	29
Gambar 3.15 Creative Brief untuk Natur-E - Media	29
Gambar 3.16 Deck Trendspotting Pharos	30
Gambar 3.17 Deck Konten Proris	32
Gambar 3.18 Deck Konten Proris dengan Video	33
Gambar 3.19 Deck Konten Spotify Indonesia	35
Gambar 3.20 Brief Konten ViCee	36
Gambar 3.21 Storyline ViCee	37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Pengantar MBKM - MBKM 01	42
Lampiran B Kartu MBKM - MBKM 02	43
Lampiran C Daily Task MBKM - MBKM 03	44
Lampiran D Formulir Bimbingan	56
Lampiran E Lembar Verifikasi Laporan MBKM - MBKM 04	57
Lampiran F Surat Penerimaan MBKM (LoA)	58
Lampiran G Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin	59
Lampiran H Semua Hasil Karya Tugas yang Dilakukan Selama Magang	61
Lampiran I Curriculum Vitae (CV) Pemagang	63

