

**PERAN *MEDIA PLANNER* DAN *SOCIAL MEDIA SPECIALIST*
INTERN DI PT. INTER PARIWARA GLOBAL**



LAPORAN MAGANG

**JOLYNN ALEXANDER LIM
00000057999**

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

**PERAN *MEDIA PLANNER* DAN *SOCIAL MEDIA SPECIALIST*
INTERN DI PT. INTER PARIWARA GLOBAL**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

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

JOLYNN ALEXANDER LIM

00000057999

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

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Jolynn Alexander Lim

Nomor Induk Mahasiswa : 00000057999

Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

***PERAN MEDIA PLANNER DAN SOCIAL MEDIA SPECIALIST INTERN
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 atau penyimpangan, baik dalam pelaksanaan maupun dalam penulisan laporan magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 13 Juni 2024



Jolynn Alexander Lim

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan magang dengan judul

**PERAN *MEDIA PLANNER* DAN *SOCIAL MEDIA SPECIALIST INTERN*
DI PT. INTER PARIWARA GLOBAL**

Oleh

Nama : Jolynn Alexander Lim
NIM : 00000057999
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 24 Juni 2024
Pukul 14.00 s/d 15.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Anton Binsar, S.Sos., M.Si.
NIDN 0309027705

Penguji



Vega Karina Andira Putri, S.Sos., M.Si.
NIDN 0307128703

Pembimbing



Anton Binsar, S.Sos., M.Si.
NIDN 0309027705

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 : Jolynn Alexander Lim

NIM : 00000057999

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:

PERAN *MEDIA PLANNER* DAN *SOCIAL MEDIA SPECIALIST INTERN* DI PT. INTER PARIWARA GLOBAL

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas *Royalty* Noneksklusif 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 atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 13 Juni 2024

Yang menyatakan,



Jolynn Alexander Lim

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul:

“PERAN *MEDIA PLANNER* DAN *SOCIAL MEDIA SPECIALIST INTERN* DI PT. INTER PARIWARA GLOBAL” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana 1 Jurusan Strategi 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 laporan magang 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, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Anton Binsar, S.Sos., M.Si., sebagai Ketua Sidang dan Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas selesainya laporan magang ini.
5. Ibu Vega Karina Andira Putri, S.Sos., M.Si., sebagai Penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Kak Nurul Putri Nadika, sebagai *Supervisor* dan Mentor yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi dalam pelaksanaan kerja magang di UM Indonesia.
7. Kak Raden Widho Ratrianto, sebagai *Supervisor* dan Mentor yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi dalam pelaksanaan kerja magang di Mediabrands Content Studio (MBCS).
8. Kepada Perusahaan PT. Inter Pariwara Global yang telah memberikan kesempatan untuk melaksanakan praktik kerja magang.

9. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan magang ini.

10. Sahabat-sahabat yang telah menjadi *support system* dalam pencarian hingga selesainya magang ini.

Semoga laporan magang ini dapat bermanfaat dan menjadi sumber inspirasi untuk karier masa depan para pembaca.

Tangerang, 13 Juni 2024



Jolynn Alexander Lim



PERAN *MEDIA PLANNER* DAN *SOCIAL MEDIA SPECIALIST*

***INTERN* DI PT. INTER PARIWARA GLOBAL**

Jolynn Alexander Lim

ABSTRAK

Industri periklanan menjadi salah satu pendorong kemajuan perekonomian negara. Jumlah belanja iklan nasional, terutama iklan digital yang melingkupi media sosial, mengalami peningkatan. Namun, penempatan iklan tidak bisa dilakukan sembarangan sehingga perlu melibatkan perencanaan komunikasi pemasaran yang strategis. Keberadaan agensi periklanan yang menyediakan jasa *media planning* dan *social media marketing* sangat penting. IPG Mediabrands yang berada di bawah naungan PT. Inter Pariwara Global memiliki divisi yang menyediakan jasa *media planning* dan *social media marketing* bernama UM Indonesia dan Mediabrands Content Studio. Berperan sebagai *media planner* dan *social media specialist intern* dengan tujuan utama untuk mengimplementasikan teori selama perkuliahan ke lapangan, beragam aktivitas telah dilakukan seperti riset, membuat *creative brief*, *content planning*, *trendspotting*, dan *copywriting*. Teori dan konsep yang digunakan dalam pengerjaan laporan adalah teori *media planning* dan *social media marketing*. Selama praktik kerja magang, ditemukan kendala utama, yakni kurangnya keterlibatan pemegang dalam beberapa aktivitas sehingga alur kerja magang sulit dipahami. Dengan demikian, diperlukan keaktifan dalam berkomunikasi dengan *mentor* untuk memperoleh informasi lebih terkait alur kerja magang. Setelah menjalani praktik kerja magang selama 640 jam di PT. Inter Pariwara Global, dapat disimpulkan bahwa beberapa teori perkuliahan diterapkan juga dalam kerja di lapangan.

Kata kunci: iklan, *media planning*, PT. Inter Pariwara Global, *social media specialist*

ROLE OF A MEDIA PLANNER AND SOCIAL MEDIA SPECIALIST INTERN IN PT INTER PARIWARA GLOBAL

Jolynn Alexander Lim

ABSTRACT (English)

The advertising industry is one of the drivers of the country's economic progress. National advertising spending, especially in digital advertising, including social media, has been increasing. Advertising placement must be done strategically with marketing communication planning. The presence of an advertising agency providing media planning and social media marketing services is essential. IPG Mediabrand, under PT. Inter Pariwara Global, has divisions called UM Indonesia and Mediabrand Content Studio which offer these services. As a media planner and social media specialist intern, the main task is to apply university theories to the field through various activities such as research, creating creative briefs, content planning, trendspotting, and copywriting. The theories used in the internship report are media planning theory and social media marketing theory. During the internship, the main obstacle was the lack of intern involvement in several activities, making the workflow difficult to understand. Therefore, active communication with the mentor is necessary to obtain further information regarding the internship workflow. After completing a 640-hour internship at PT. Inter Pariwara Global, it can be concluded that some university theories are also applied in the workplace.

Keywords: *advertising, media planning, PT. Inter Pariwara Global, social media specialist*

DAFTAR ISI

Contents

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
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	7
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	9
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	9
2.1.1 Visi Misi	11
2.1.1.1 Visi PT. Inter Pariwara Global	11
2.1.1.2 Misi PT. Inter Pariwara Global	12
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	13
2.2.1 Struktur Organisasi UM	13
2.2.2 Struktur Organisasi MBCS	15
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	18
3.1 Kedudukan dan Koordinasi di UM Indonesia dan Mediabrands Content Studio (MBCS)	18

3.2	Tugas dan Uraian Kerja Magang	21
3.2.1	Tugas Kerja Magang di UM dan MBCS	21
3.2.2	Uraian Kerja Magang di UM Indonesia	24
3.2.2.1	<i>Research</i>	24
3.2.2.2	<i>Creative Brief</i>	41
3.2.2.3	<i>Cross-checking</i>	43
3.2.3	Uraian Kerja Magang di Mediabrands Content Studio (MBCS) ..	44
3.2.3.1	<i>Trendspotting</i>	45
3.2.3.2	<i>Content Planning</i>	45
3.2.3.3	<i>Copywriting</i>	52
3.2.3.4	<i>Research</i>	59
3.2.3.5	Tugas Tambahan.....	60
3.3	Kendala yang Ditemukan	61
3.4	Solusi atas Kendala yang Ditemukan	61
BAB IV	SIMPULAN DAN SARAN	63
4.1	Simpulan.....	63
4.2	Saran.....	64
4.2.1	Saran untuk Perusahaan.....	64
4.2.2	Saran untuk Universitas.....	64
4.2.3	Saran untuk Mahasiswa yang akan magang.....	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan	6
Tabel 3. 1 Uraian Kerja Magang di UM Indonesia	22
Tabel 3. 2 Tabel Uraian Kerja Magang di MBCS	23



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Penggunaan Internet di Dunia	1
Gambar 1. 2 Jumlah Belanja Iklan di Asia	2
Gambar 1. 3 Jumlah Belanja Iklan di Asia	2
Gambar 1. 4 Data Sumber Informasi Utama Masyarakat Indonesia dalam Belanja Online	3
Gambar 1. 5 Data Advertising Agency Terbesar di Dunia	4
Gambar 2. 1 Logo UM Indonesia	10
Gambar 2. 2 Logo Mediabrands Content Studio	11
Gambar 2. 3 Struktur Organisasi divisi <i>Media Planner</i> UM	13
Gambar 2. 4 Struktur Organisasi divisi <i>Social Media</i> MBCS	15
Gambar 3. 1 Alur Kerja media planner intern di UM Indonesia	18
Gambar 3. 2 Alur Kerja social media specialist intern di MBCS	20
Gambar 3. 3 Data <i>Competitor Review</i> Crunchyroll.....	25
Gambar 3. 4 Data <i>Competitor Review</i> Crunchyroll.....	26
Gambar 3. 5 Data <i>Competitor Review</i> Diamond	26
Gambar 3. 6 Data <i>Competitor Review</i> Johnson’s Baby.....	27
Gambar 3. 7 <i>List</i> kompetitor Diamond	28
Gambar 3. 8 <i>List</i> kompetitor Johnson’s Baby	29
Gambar 3. 9 <i>Deck Media Review</i> Enervon-C.....	29
Gambar 3. 10 Segmentasi Pasar <i>Brand</i> Crunchyroll.....	32
Gambar 3. 11 <i>Deck Target Audience Review</i>	33
Gambar 3. 12 <i>Deck Target Audience Review</i>	33
Gambar 3. 13 Analisis SWOT Crunchyroll.....	35
Gambar 3. 14 <i>Deck Tren Medicine Viral Campaign</i>	36
Gambar 3. 15 <i>Deck Trend Pop-Up Store Activities</i>	37
Gambar 3. 16 Kesimpulan & saran <i>Pop-Up Store Activities</i>	37
Gambar 3. 17 <i>Deck Creative Brief</i> Natur-E	42
Gambar 3. 18 <i>Deck Product Knowledge</i> Enervon Gold	44
Gambar 3. 19 <i>Deck Strategi KOL</i> Enervon Gold	44
Gambar 3. 20 <i>Deck Social Media Trendspotting</i>	45
Gambar 3. 21 <i>Content Calendar</i> Proris May 2024	48
Gambar 3. 22 Konten Pilar Praxion dan Proris	49
Gambar 3. 23 <i>Deck Editorial Plan</i> Proris.....	49
Gambar 3. 24 <i>Deck Editorial Plan</i> Instagram Praxion	50
Gambar 3. 25 <i>Deck Editorial Plan</i> Tiktok Praxion	51
Gambar 3. 26 <i>Deck Editorial Plan</i> Tiktok Confiant.....	51
Gambar 3. 27 <i>Deck Copywriting caption</i> Spotify	54

Gambar 3. 28 <i>Copywriting headline, linkdesc, dan caption Mattel</i>	54
Gambar 3. 29 <i>ViCee KOL Content Brief</i>	57
Gambar 3. 30 <i>Enervon Gold KOL Content Brief</i>	58
Gambar 3. 31 <i>Contoh Google Sheets list KOL</i>	58
Gambar 3. 32 <i>Contoh storyline KOL ViCee</i>	59
Gambar 3. 33 <i>Deck Competitor Review Herbablend</i>	60



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Pengantar MBKM (MBKM 01).....	68
Lampiran B Kartu MBKM (MBKM 02)	69
Lampiran C Daily Task (MBKM 03).....	70
Lampiran D Formulir Bimbingan Magang	82
Lampiran E Lembar Verifikasi Laporan MBKM (MBKM 04).....	83
Lampiran F Surat Penerimaan MBKM (LoA).....	84
Lampiran G Hasil Pengecekan Turnitin.....	85
Lampiran H Dokumentasi Kegiatan di luar Pekerjaan Magang	89
Lampiran I Curriculum Vitae (CV).....	91

