

**AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MARKETING
DI PT TOYS GAMES INDONESIA**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

**BRILLIANA THALIA WIJAYA
00000059632**

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

**AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MARKETING
DI PT TOYS GAMES INDONESIA**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

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

BRILLIANA THALIA WIJAYA

00000059632

PROGRAM STUDI Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Komunikasi

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG 2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Brilliana Thalia Wijaya
Nomor Induk Mahasiswa : **0000059632**
Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MARKETING DI PT TOYS GAMES INDONESIA

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, 10 Juni 2024



(Brilliana Thalia Wijaya)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul
AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MARKETING

DI PT TOYS GAMES INDONESIA

Oleh

Nama : Brilliana Thalia Wijaya
NIM : 00000059632
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 19 Juni 2024
Pukul 08.00 s/d 09.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing

Penguji

Chininta Rizka Angelia, S.I.Kom., M.Si.
NIDN 0320079201

Dani Miftahul Akyar, S.T., M.Si.
NIDN 0321097905

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 bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Brilliana Thalia Wijaya

NIM : 00000059632

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 TOYS GAMES INDONESIA

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalty Non eksklusif ini Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalih media / format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan laporan magang saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 10 Juni 2024

Yang menyatakan,



(Brilliana Thalia Wijaya)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul:
**“AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MARKETING DI PT TOYS GAMES
INDONESIA”**

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 tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

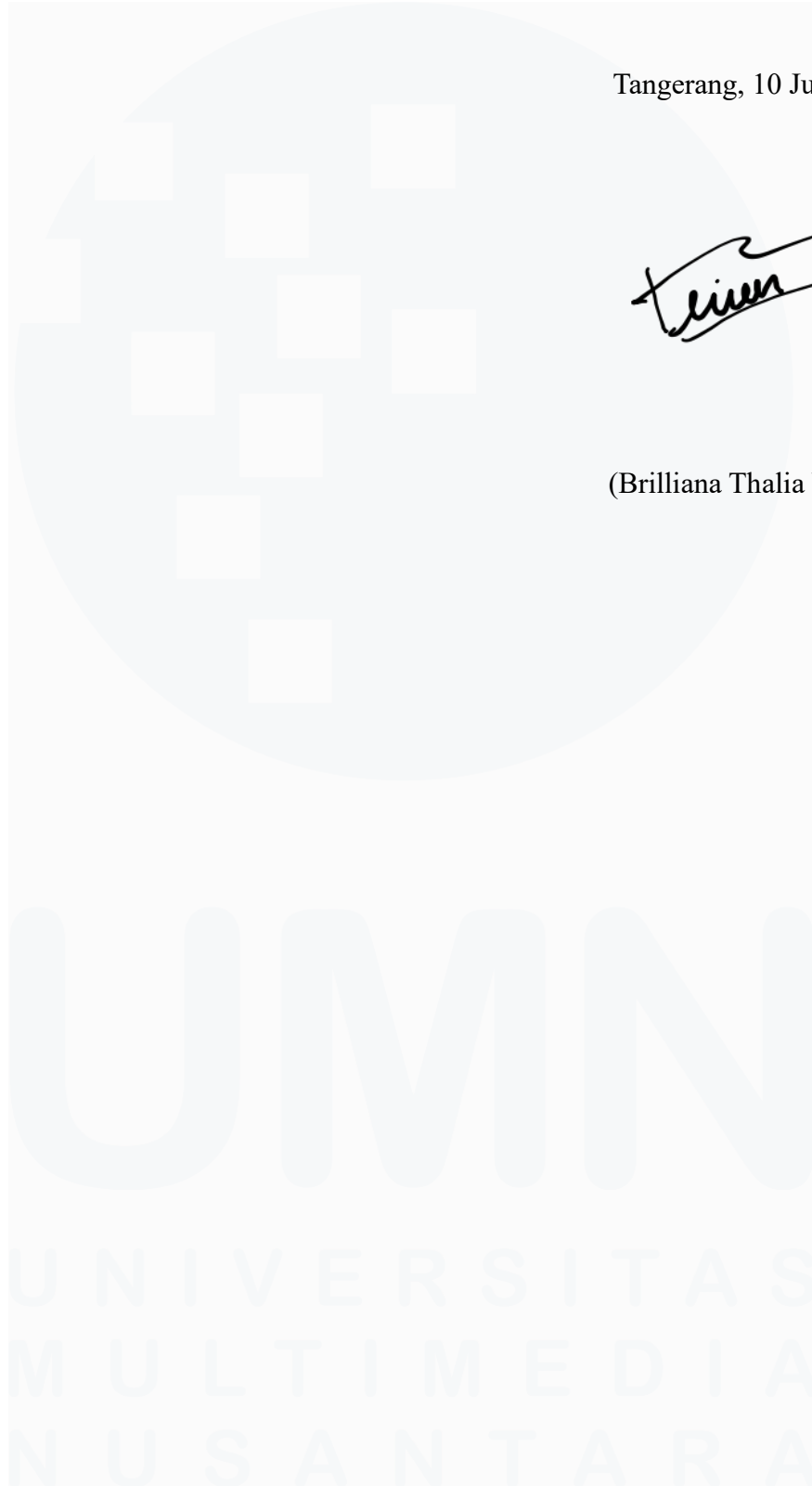
1. Bapak Dr Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendra Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Chininta Rizka Angelia, sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Christofer A. Floreino, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Kepada Perusahaan PT. Toys Games Indonesia selaku perusahaan tempat melaksanakan kerja magang yang telah memberikan kesempatan untuk belajar dan memperoleh pengalaman seputar dengan dunia kerja.
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.
8. Teman-teman saya, Valecia Monroe, Jennifer Landau, Kelly Christian, Angeline Ageina, Metakalyani Felicia, Marcelino Ryan, Keren Imanuel, Stephanie Dish, Christian Calvin, Alda Halim, Olivia Fauzi, Dedy Christian, Christian Raditya, Bayu Prakoso, Vannia Hanny, Hosiana Damai, Kurnia Bkti, Elia Natan, dan Dua Belas Koormen Mentoring yang telah memberikan dukungan dalam menyelesaikan laporan magang ini.

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

Tangerang, 10 Juni 2024



(Brilliana Thalia Wijaya)



AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MARKETING DI TOYS GAMES INDONESIA

Brilliana Thalia Wijaya

ABSTRAK

Laporan magang ini membahas mengenai perkembangan zaman dan digitalisasi yang telah mengubah lanskap pemasaran merek di Indonesia secara signifikan, sehingga kini pemasaran traditional sudah beralih ke pemasaran digital. Dengan banyaknya masyarakat Indonesia yang menggunakan internet khususnya media sosial, model bisnis di Indonesia juga ikut berubah seiring dengan perkembangannya digitalisasi teknologi. Sehingga, banyak bisnis mulai beralih ke media digital sebagai alat pemasaran untuk menjangkau target market yang lebih dekat atau lebih luas. Tidak terkecuali perusahaan PT Toys Games Indonesia yang dibawah naungan PT Kawan Lama Group yang juga sudah terjun ke dunia digital. Tujuan penulis melakukan praktik kerja magang adalah memahami aktivitas dan mendapatkan pengalaman dalam mengoptimalkan *Social Media Marketing* di Toys Kingdom; memahami lebih dalam konsep yang telah dipelajari dalam kelas dan menerapkannya dalam dunia nyata; mngembangkan *hardskill* dan *softskill*; memperluas relasi profesional. Selama melaksanakan praktik kerja magang, penulis memiliki beberapa pekerjaan yaitu *content creating*, *content planning*, dan *influencer marketing*. Setelah melaksanakan 640 jam magang, dapat disimpulkan bahwa penulis telah berhasil menyelesaikan tanggung jawab yang diberikan oleh PT Toys Games Indonesia dan mencapai tujuan yang sudah ditetapkan.

Kata kunci: *Content Creating, Influencer Marketing, Social Media Specialist, Toys Kingdom*

THE ACTIVITY OF SOCIAL MEDIA MARKETING AT PT TOYS GAMES INDONESIA

Brilliana Thalia Wijaya

ABSTRACT (English)

This internship report discusses about the development of the times and digitalization that have significantly changed the brand marketing landscape in Indonesia, with traditional marketing now shifting to digital marketing. With the large number of Indonesians using the internet, especially social media, business models in Indonesia have also evolved along with technological digitalization. As a result, many businesses have started turning to digital media as a marketing tool to reach their target market more closely or more broadly. This includes PT Toys Games Indonesia, under the PT Kawan Lama Group, which has also ventured into the digital world. The purpose of the writer's internship is to understand the activities and gain experience in optimizing Social Media Marketing at Toys Kingdom; to gain a deeper understanding of the concepts learned in class and apply them in the real world; to develop hard skills and soft skills; and to expand professional relations. During the internship, the writer had several tasks, including content creating, content planning, and influencer marketing. After completing 640 hours of the internship, it can be concluded that the writer has successfully fulfilled the responsibilities assigned by PT Toys Games Indonesia and achieved the set objectives.

Keywords: *Content Creating, Influencer Marketing, Social Media Specialist, Toys Kingdom*

DAFTAR ISI

<i>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</i>	2
<i>HALAMAN PENGESAHAN</i>	3
<i>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</i>	4
<i>KATA PENGANTAR</i>	5
<i>ABSTRAK</i>	7
<i>ABSTRACT (English)</i>	8
<i>DAFTAR ISI</i>	9
<i>DAFTAR TABEL</i>	10
<i>DAFTAR GAMBAR</i>	11
<i>DAFTAR LAMPIRAN</i>	12
<i>BAB I PENDAHULUAN</i>	13
1.1. Latar Belakang	13
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang	15
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	15
<i>BAB II</i>	17
<i>GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</i>	17
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	17
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	19
<i>BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG</i>	22
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	22
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	22
3.3 Kendala yang Ditemukan	35
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	35
<i>BAB IV SIMPULAN DAN SARAN</i>	36
4.1 Simpulan	36
4.2 Saran	36
<i>LAMPIRAN</i>	39

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas yang dilakukan oleh penulis selama praktik kerja magang 25



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data pengguna internet di Indonesia	14
Gambar 2.1 Logo Toys Kingdom	21
Gambar 2.2 Strukstur Organisasi Toys Kingdom	22
Gambar 2.3 Strukstur Organisasi Marketing Communication Toys Kingdom	23
Gambar 3.1 Content Marketing Matrix	26
Gambar 3.2 Bukti tayang konten reels Toys Kingdom 2024	28
Gambar 3.3 Strukstur Organisasi Flow Editorial Plan Toys Kingdom 2024	31
Gambar 3.4 Editorial plan Toys Kingdom 2024	31
Gambar 3.5 Penjadwalan konten feeds pada Meta Business Suite	32
Gambar 3.6 Bukti Deck Launch Marketing Plan	35
Gambar 3.7 Bukti percakapan dengan salah satu KOL Community	35

DAFTAR LAMPIRAN

Surat Penerimaan MBKM (MBKM 01)	42
Kartu MBKM (MBKM 02)	43
Daily Task	44
Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04)	47
Surat Penerimaan MBKM (LoA)	48
Lampiran Hasil Pengecekan Turnitin	49

