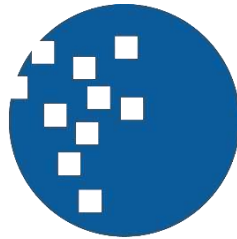


PERAN SOCIAL MEDIA SPECIALIST DI LIQUID AGENCY



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

EUNIKE BASARIA SINAGA

00000060630

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI STRATEGIS

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

PERAN SOCIAL MEDIA SPECIALIST DI LIQUID AGENCY



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

EUNIKE BASARIA SINAGA

00000060630

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

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Eunike Basaria Sinaga

Nomor Induk Mahasiswa 00000060630

Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

PERAN SOCIAL MEDIA SPECIALIST DI LIQUID AGENCY

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, 19 Juni 2024



Eunike Basaria Sinaga

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul

PERAN SOCIAL MEDIA SPECIALIST DI LIQUID AGENCY

Oleh
Nama : Eunike Basaria Sinaga
NIM : 00000060630
Program Studi : Komunikasi Strategis
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.

Ketua Sidang



Dr. Nuria Astagini, S.Sos., M.Si.
0404038205

Penguji



Asep Sutresna, M.A.
03071263003

Pembimbing



Dr. Nuria Astagini, S.Sos., M.Si.
0404038205

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugrah Bangun
0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Eunike Basaria Sinaga

NIM 00000060630

Program Studi : Komunikasi Strategis

Fakultas : Ilmu Komunikasi

JenisKarya : Laporan MBKM

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 SOCIAL MEDIA SPECIALIST DI LIQUID AGENCY

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, 28 Mei 2024

Yang menyatakan,



Eunike Basaria Sinaga

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul: **“Peran Social Media Specialist di Liquid Agency”** dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar S.Ikom Jurusan Komunikasi Strategis Pada 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 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, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Dr. Nuria Astagini, S.Sos, M.Si sebagai Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Kak Lydia Simamora, S.Ikom sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM penelitian.
6. Kepada Perusahaan Liquid Agency yang memberikan penulis ranah untuk berkembang.
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat membantu, dan memotivasi para mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara dalam pembelajaran mereka kedepannya.

Tangerang, 28 Mei 2024



Eunike Basaria Sinaga

PERAN SOCIAL MEDIA SPECIALIST DI LIQUID AGENCY

Eunike Basaria Sinaga

ABSTRAK

Perusahaan periklanan seringkali membutuhkan hadirnya *social media specialist* guna membantu *monitoring* terhadap perusahaan kompetitor, melakukan analisis terhadap latar belakang pada klien dan kompetitor, menganalisis *trend* terkini, serta memiliki taktik menggaet *audience* agar lebih familiar dengannya perusahaan Liquid Agency beserta klien di dalamnya. Penulis memilih Liquid Agency dikarenakan penulis membaca dan tertarik dengan latar belakang perusahaan di mana telah menangani berbagai klien-klien ternama di Indonesia. Kendala utama yang terdapat di lingkungan kerja adalah komunikasi yang tak jarang tidak berjalannya lancar atau terjadi miskomunikasi dikarenakan adanya *workload* yang lumayan berat di perusahaan *fast paced* seperti Liquid Agency. Tugas yang dilakukan penulis tak lain seperti ; *content planning*, *daily monitoring* klien dan kompetitor membantu divisi PR, menjadi *talent* baik *internal* maupun *external* untuk klien, *trend analysis*, membantu proses pengeditan konten, *copywriting*, pembuatan akun sosial media baru jika diperlukan, dan lain sebagainya. Kesimpulan serta solusi selama pelaksanaan magang berlangsung di Liquid Agency sebagai *intern social media specialist* adalah *skill* cepat tanggap, adaptif dengan segala pekerjaan yang ada, memiliki pengolahan waktu yang bagus, serta aktif dalam berkomunikasi dan bertanya terhadap sekitar sekiranya ada hal-hal yang kurang dipahami. Selain itu, banyak pembelajaran yang penulis dapatkan selama kuliah dapat dijadikan dasar akan dunia kerja yang penulis jalankan.

Kata kunci: *Talent*, *Social Media Specialist*, Perencanaan Konten, Pengolahan Waktu.

ROLE OF SOCIAL MEDIA SPECIALIST AT LIQUID

AGENCY

Eunike Basaria Sinaga

ABSTRACT

It is not uncommon for companies to often need the presence of a social media specialist to help monitor competing companies, carry out background analysis on clients and competitors, analyze the latest trends, and attract the audience to be more familiar with the name of the Liquid Agency company. The author chose Liquid Agency because the author read and was interested in the company's background, which has handled various well-known clients in Indonesia. The main obstacle in the work environment is communication which often does not run smoothly or miscommunication occurs due to the fairly heavy workload in fast-paced companies like Liquid Agency. The tasks carried out by the writer are none other than; content planning, daily monitoring of clients and competitors assisting the PR division, providing talent both internally and externally for clients, trend analysis, assisting with the content editing process, copywriting, making news account at social media if needed, etc. The conclusions and solutions during the internship at Liquid Agency as an internal social media specialist are skills of being responsive, adaptive to all existing work, having good time management, and being active in communicating and asking around if there are things you don't understand. Apart from that, the many lessons that the author got during college can be used as a basis for the world of work that the author carries out.

Keywords: *Liquid Agency, Talent, Social Media Specialist, Content Planning, Time Management.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iii
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT (English)</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	
PENDAHULUAN	14
1.1 Latar Belakang	14
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang	16
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	16
BAB II	
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	18
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	18
2.2 Visi Misi	18
2.3 Struktur Organisasi Perusahaan	19
BAB III	
PELAKSANAAN KERJA MAGANG	21
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	21
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	22
3.3 Kendala yang Ditemukan	31
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	32

BAB IV	
SIMPULAN DAN SARAN	33
4.1 Simpulan	33
4.2 Saran	33
4.2.1 Saran Untuk Perusahaan	34
4.2.2 Saran Untuk Universitas	34
4.2.3 Saran Untuk Mahasiswa	34
DAFTAR PUSTAKA	35
LAMPIRAN	36

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan	15
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Struktur Organisasi Liquid Agency	19
Gambar 2.2 Struktur Departemen Konten di Liquid Agency	20
Gambar 3.1 Struktur Kedudukan dan Sistem Pekerjaan Penulis Secara Besar di Liquid Agency	22
Gambar 3.2 Contoh Content Planning Penulis Pada Bulan Mei 2024 Untuk Instagram StoryBlast	23
Gambar 3.3 Struktur Berjalannya Tugas Content Planning Penulis di Liquid Agency	23
Gambar 3.4 Struktur Pengambilan Konten Secara Internal untuk Liquid Agency	24
Gambar 3.5 Struktur Pengambilan Konten Secara Eksternal	25
Gambar 3.6 Penulis Menjadi Talent Smart Air Indonesia	26
Gambar 3.7 Penulis Menjadi Talent Hypermart Indonesia	26
Gambar 3.8 Struktur Berjalannya Proses Penulisan Copywriting di Liquid Agency	27
Gambar 3.9 Bukti Pengerjaan Penulis Dalam Menulis Caption Instagram StoryBlast	28
Gambar 3.10 Struktur Berjalannya Daily Monitoring Penulis di Liquid Agency	29
Gambar 3.11 Bukti Pengerjaan Daily Monitoring Penulis Pada Klien Liquid Agency Bulan Mei 2024	29
Gambar 3.12 Bukti Keyword Bagi Penulis Dalam Membantu Monitoring Terhadap Klien dan Kompetitor	30

DAFTAR LAMPIRAN

Surat Pengantar MBKM – MBKM 01	36
Kartu MBKM – MBKM 02	37
Daily Task MBKM – MBKM 03	38
Lembar Verifikasi Laporan MBKM – MBKM 04	52
Surat Penerimaan MBKM (LoA)	53
Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin	54
Semua Hasil Karya Tugas Yang Dilakukan Selama MBKM	55