

**PERAN *SOCIAL MEDIA SPECIALIST* DI PT KEMANG JAYA
RAYA GRANDKEMANG HOTEL**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

Aveline Jantika

0000060968

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

**PERAN *SOCIAL MEDIA SPECIALIST* DI PT KEMANG JAYA
RAYA GRANDKEMANG HOTEL**



LAPORAN MAGANG

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Aveline Jantika

00000060968

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

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Aveline Jantika

Nomor Induk Mahasiswa : 00000060968

Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

PERAN *SOCIAL MEDIA SPECIALIST* DI PT KEMANG JAYA RAYA GRANDKEMANG HOTEL

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 *Internship Track 1*, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah MBKM *Internship* yang telah saya tempuh.

Tangerang, 31 Mei 2024



Aveline Jantika

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

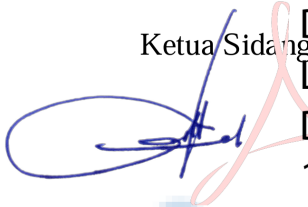
Laporan MBKM dengan judul
**PERAN SOCIAL MEDIA SPECIALIST DI PT KEMANG JAYA RAYA
GRANDKEMANG HOTEL**

Oleh
Nama : Aveline Jantika
NIM : 00000060968
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 4 Juni 2021
Pukul 16.00 s/d 17.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Digitally signed by
Lolita Lavietha
Date: 2024.06.11
16:04:43 +07'00'

Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom
NIDN 0327019001

Penguji



Digitally signed by
Fakhriy Dinansyah
Date: 2024.06.11
15:33:34 +07'00'

Fakhriy Dinansyah, S.I.Kom., M.M.
NIDN 0304039001

Pembimbing



Digitally signed by
Lolita Lavietha
Date: 2024.06.11
16:05:15 +07'00'

Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom
NIDN 0327019001

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Digitally signed by
**Cendera Rizky
Anugrah Bangun**
Date: 2024.06.12 09:39:44
+07'00'

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 : Aveline Jantika
NIM : 00000060968
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 SOCIAL MEDIA SPECIALIST DI PT KEMANG JAYA RAYA
GRANDKEMANG HOTEL**

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 pemegang / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 31 Mei 2024

Yang menyatakan,



Aveline Jantika

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan Magang ini dengan judul: “Peran *Social Media Specialist* di PT Kemang Jaya Raya Grandkemang Hotel” 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 Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom. sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya laporan magang ini.
5. Ibu Nazila Thaher S.I.Kom. sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan panduan, arahan, dan dorongan sehingga laporan Magang Penelitian ini dapat diselesaikan.
6. Keluarga saya yang telah memberikan dukungan secara material dan moral, sehingga laporan magang ini dapat terselesaikan.
7. Tim *Sales and Marketing* Grandkemang Hotel Jakarta yang memberikan saya pemahaman, pembelajaran, serta pengalaman dalam dunia bekerja.
8. Pris, Sese, Ense dan teman lainnya yang terus memberikan motivasi dan dukungan moral.

Semoga laporan magang ini dapat menjadi sumber inspirasi, referensi, dan juga informasi berguna bagi para pembaca di masa yang akan datang khususnya bagi mahasiswa/mahasiswi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 31 Mei 2024



Aveline Jantika



UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERAN SOCIAL MEDIA SPECIALIST DI PT KEMANG JAYA

RAYA GRANDKEMANG HOTEL

Aveline Jantika

ABSTRAK

Berbeda dengan era 4.0, revolusi industri 5.0 kini menjadi pijakan dalam terciptanya digitalisasi dengan mendorong teknologi seperti *Internet of Things* guna menciptakan sistem produksi yang adaptif dengan peminatan pasar. Revolusi ini turut mendorong perkembangan internet dan membuat media sosial berkembang dengan pesat. Grandkemang Hotel merupakan perusahaan yang beroperasi di sektor perhotelan. Tumbuhnya industri perhotelan di Indonesia menjadi acuan Grandkemang Hotel untuk terus turut bersaing di dunia perhotelan. Salah satu cara untuk mengejar persaingan di dunia perhotelan adalah dengan melangsungkan strategi pemasaran guna meningkatkan penjualan. Grandkemang Hotel perlu menerapkan pemasaran media sosial untuk meningkatkan kesadaran akan masyarakat dan menjangkau masyarakat secara luas. Kegiatan pemasaran yang dilakukan berupa unggahan konten media sosial, publikasi siaran pers oleh media, hingga kerja sama dengan berbagai mitra untuk mencapai tujuan perusahaan. Peran dari seorang *Social Media Specialist* adalah berkaitan dengan pengelolaan media sosial Grandkemang Hotel, pengembangan strategi setiap konten yang akan dipublikasikan, hingga penanganan ulasan dan umpan balik dari pelanggan. dalam pelaksanaan kerja magang terdapat tahapan yang dilewati dan mengalami penyesuaian seiring perubahan yang terjadi. Maka dari itu, penting bagi *Social Media Specialist* untuk terus melakukan riset dan pemahaman baru dalam menyeimbangkan kreativitas dan efektivitas konten pemasaran perusahaan.

Kata kunci: Grandkemang Hotel, pengelolaan media sosial, strategi pemasaran, *social media specialist*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

THE ROLE OF A SOCIAL MEDIA SPECIALIST AT PT

KEMANG JAYA RAYA GRANDKEMANG HOTEL

Aveline Jantika

ABSTRACT

In contrast to the 4.0 era, the current 5.0 industrial revolution lays the groundwork for digitization by leveraging technologies like the Internet of Things to develop adaptive production systems that meet market demands. This revolution also drives the development of the internet and rapidly advances social media. Grandkemang Hotel is a company that operates in the hotel sector. The expansion of the hospitality sector in Indonesia has become a reference for Grandkemang Hotel to continue to compete in the world of hospitality. One way to catch up with competition in the hotel world is to implement marketing strategies to increase sales. Grandkemang Hotel needs to implement social media marketing to raise awareness among the public and reach out to the community at large. Marketing activities include posting social media content, media press releases, and collaborating with various partners to achieve company goals. The role of a Social Media Specialist involves managing Grandkemang Hotel's social media, developing strategies for each content to be published, and handling reviews and feedback from customers. During the internship, there are stages to go through and adjustments to be made as changes occur. Therefore, it is important for Social Media Specialists to continuously conduct research and gain new understanding to balance the creativity and effectiveness of the company's marketing content.

Keywords: *Grandkemang Hotel, social media management, marketing strategy, social media specialist*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

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	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang	7
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	7
1.3.1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang.....	8
1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	8
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	10
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	10
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	21
2.2.1. Sales & Marketing Department	23
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	27
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	27
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	29
3.2.1. Tugas Kerja Magang	29
3.2.2. Uraian Kerja Magang.....	30
3.3 Kendala yang Ditemukan	45
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	45

BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	47
4.1 Simpulan.....	47
4.2 Saran	48
4.2.1 Saran Perusahaan.....	48
4.2.2 Saran untuk Universitas	48
4.2.3 Saran untuk Mahasiswa	49
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	53

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Informasi PT Kemang Jaya Raya Grandkemang Hotel.....	10
Tabel 3.2 Timeline kerja magang.....	30



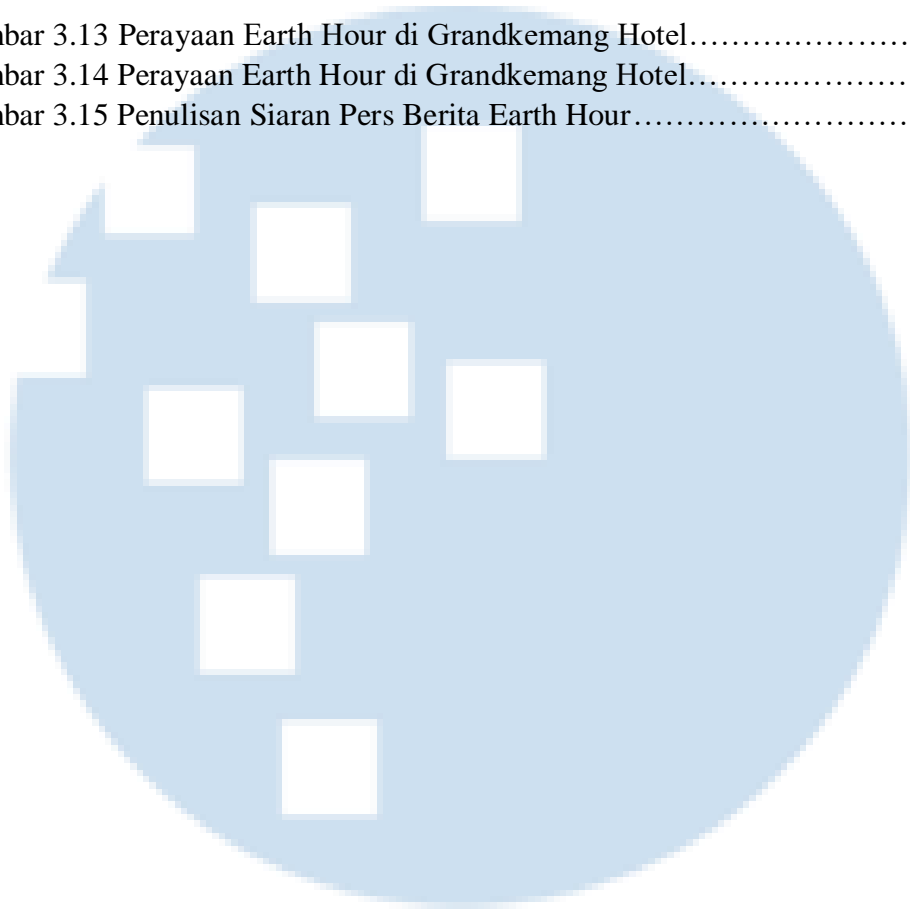
UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tingkat Penghunian Kamar Hotel Bintang di Indonesia.....	3
Gambar 2.2 Deluxe.....	11
Gambar 2.3 Grand Deluxe.....	11
Gambar 2.4 Executive Suite.....	12
Gambar 2.5 Junior Suite.....	12
Gambar 2.6 Residence One Bedroom.....	13
Gambar 2.7 Residence Two Bedrooms.....	13
Gambar 2.8 President Suite.....	14
Gambar 2.9 Allura I.....	14
Gambar 2.10 Allura II.....	15
Gambar 2.11 Allura III.....	15
Gambar 2.12 Aqua.....	15
Gambar 2.13 Emita.....	16
Gambar 2.14 Rayla.....	16
Gambar 2.15 Spinar.....	16
Gambar 2.16 Spira.....	17
Gambar 2.17 Wiva I.....	17
Gambar 2.18 Wiva II.....	17
Gambar 2.19 Zendar.....	18
Gambar 2.20 Magzi.....	18
Gambar 2.21 D’Courtyard.....	19
Gambar 2.22 Sperta.....	19
Gambar 2.23 Sparca.....	20
Gambar 2.24 Swimming Pool.....	20
Gambar 2.25 D’Workout.....	21
Gambar 2.26 D’Spa.....	21
Gambar 2.27 Struktur Organisasi Grandkemang Hotel.....	22
Gambar 2.28 Struktur Organisasi Departemen Sales & Marketing.....	23
Gambar 3.1 Alur Kerja Tim Marketing Communication Grandkemang Hotel....	28
Gambar 3.3 Tabel perencanaan konten.....	31
Gambar 3.4 Tabel perencanaan konten.....	32
Gambar 3.5 Konten Promosi Story Instagram Grandkemang Hotel.....	34
Gambar 3.6 Konten Promosi Video TikTok Grandkemang Hotel.....	34
Gambar 3.7 Konten Promosi Unggahan X Grandkemang Hotel.....	35
Gambar 3.8 Konten Promosi Unggahan Facebook Grandkemang Hotel.....	35
Gambar 3.9 Konten Promosi Unggahan YouTube Short Grandkemang Hotel....	36
Gambar 3.10 <i>Montly Social Media Report</i> Grandkemang Hotel.....	38
Gambar 3.11 Konten Recap Kegiatan di Grandkemang Hotel.....	39
Gambar 3.12 Perayaan Earth Hour di Grandkemang Hotel.....	41

Gambar 3.13 Perayaan Earth Hour di Grandkemang Hotel.....	41
Gambar 3.14 Perayaan Earth Hour di Grandkemang Hotel.....	42
Gambar 3.15 Penulisan Siaran Pers Berita Earth Hour.....	44



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Surat Pengantar MBKM - MBKM 01.....	53
Kartu MBKM - MBKM 02.....	54
Daily Task MBKM - MBKM 03.....	55
Lembar Verifikasi Laporan MBKM - MBKM 04.....	56
Surat Penerimaan MBKM (LoA).....	57
Lampiran Bimbingan Magang.....	58
Aktivitas Selama Magang.....	59
Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin.....	62
Curriculum Vitae Pemegang.....	63

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA