

**PERAN DIVISI MEDIA SOSIAL
DI PERUSAHAAN CONNEXT BY MARQUEE**



LAPORAN MAGANG

Patresia Lisnayanti Zalukhu

0000061247

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

2024

i

**PERAN DIVISI MEDIA SOSIAL
DI PERUSAHAAN CONNEXT BY MARQUEE**



LAPORAN MAGANG

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

Patresia Lisnayanti Zalukhu

0000061247

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

2024

ii

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PELAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Patresia Lisnayanti Zalukhu

Nomor Induk Mahasiswa : 00000061247

Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

“PERAN DIVISI MEDIA SOSIAL DI PERUSAHAAN CONNEXT BY MARQUEE”

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



(Patresia Lisnayanti Zalukhu)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**PERAN DIVISI MEDIA SOSIAL DI PERUSAHAAN CONNEXT BY
MARQUEE**

Oleh
Nama : Patresia Lisnayanti Zalukhu
NIM : 00000061247
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 19 Juni 2024
Pukul 17.00 s/d 18.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

Ketua Sidang



Digitally signed by
Intan Primadini
Date: 2024.06.30
21:59:32 +07'00'

Intan Primadini, S.Sos., M.Si.
NIDN 0326098501

Penguji



Digitally signed
by Chininta
Date: 2024.06.26
21:56:32 +07'00'

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

Pembimbing



Digitally signed by
Intan Primadini
Date: 2024.06.30
21:59:46 +07'00'

Intan Primadini, S.Sos., M.Si.
NIDN 0326098501

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky
Anugrah
Bangun
2024.07.01
10:23:08 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Patresia Lisnayanti Zalukhu
NIM : 00000061247
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
JenisKarya : Laporan Magang

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“PERAN DIVISI MEDIA SOSIAL DI PERUSAHAAN CONNEXT BY MARQUEE”

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 audiens saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 11 Juni 2024

Yang menyatakan,



(Patresia Lisnayanti Zalukhu)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan MBKM ini dengan judul:

“PERAN DIVISI MEDIA SOSIAL DI PERUSAHAAN CONNEXT BY MARQUEE” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, Jurusan Ilmu Komunikasi Pada 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 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 Intan Primadini, S.Sos., M.Si., sebagai Dosen Pembimbing atas kesabaran dan ketersediaannya dalam meluangkan waktu serta keahliannya untuk membimbing, memotivasi, dan mengarahkan pekerja magang dalam penulisan laporan kerja mmagang. Dedikasi dan bimbingan beliau yang tak ternilai telah banyak membantu dalam menyelesaikan laporan ini.
5. Ibu Chininta Rizka Angelia, S.I.kom., M.Si. selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Bapak Gempar Yudha Putra sebagai pembimbing lapangan, dan Ibu Annisa sebagai rekan divisi media sosial dan tim Connex Bapak Gabe, Bapak Kris, Bapak Alvin, Bapak Fikri, dan Ibu Alissa yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan magang ini.
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini dan pekerja magang dapat menyelesaikan dengan baik.

8. Arif Maulana yang telah sabar mendengar keluh kesah dan selalu memberikan dukungan dalam menyelesaikan laporan magang ini.
9. Teman- teman saya, Tessa Marisa, Noval Ananda Putra, dan Wisnaria Zalukhu yang telah memberikan dukungan dalam menyelesaikan laporan magang ini.
10. Patresia Lisnayanti Zalukhu, karena mampu melaksanakan program MBKM dengan baik hingga terselesaikan. Walaupun dihadapkan dengan berbagai kesulitan dan hambatan, saya mampu menyelesaikan dengan berjuang untuk menyelesaikan laporan ini.

Akhir kata, pekerja magang menyadari bahwa laporan magang ini memiliki kekurangan sehingga kritik dan saran dibutuhkan guna memperbaiki laporan ini. Semoga laporan magang ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi ke depannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 11 Juni 2024

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



(Patresia Lisnayanti Zalukhu)

PERAN DIVISI MEDIA SOSIAL DI PERUSAHAAN CONNEXT BY MARQUEE

Patresia Lisnayanti Zalukhu

ABSTRAK

Peran divisi media sosial pada saat sekarang ini menjadi sebuah posisi yang dibutuhkan dalam sebuah perusahaan guna membangun kesadaran merek terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Maka dari itu, Connex by Marquee yang bergerak di bidang pelayanan ruang kerja, berusaha untuk mengedapankan pemanfaatan media sosial sebagai alat pemasaran utama perusahaan. Tujuan dari kerja magang ini adalah untuk mengetahui praktik *Social Media Specialist* khususnya dalam pembuatan dan pengelolaan konten kreatif, serta untuk mengembangkan kemampuan *soft skill* dan *hard skill* yang relevan. Keterlibatan pekerja magang dalam pengimplementasian kerja magang melibatkan tugas seperti *brainstorming* ide konten, perencanaan dan penyusunan konten kalender, hingga evaluasi performa media sosial dan kinerja konten menggunakan alat analitik. Selama program magang, pekerja magang mengimplementasikan strategi pemasaran digital yang efektif, berkontribusi dalam meningkatkan kesadaran merek Connex by Marquee, dan memberikan evaluasi serta rekomendasi berdasarkan data performa media sosial. Setelah dilakukan aktivitas magang selama 640 jam kerja, didapatkan kesimpulan bahwa pekerja magang telah berhasil menuntaskan tugas yang diberikan oleh perusahaan Connex by Marquee dan menjawab tujuan yang telah ditetapkan di awal serta memberikan saran kepada beberapa pihak.

Kata kunci: *Konten Kreatif, Kesadaran Merek, Media Sosial, Pemasaran Digital, Social Media Specialist*

THE ROLE OF THE SOCIAL MEDIA DIVISION IN THE CONNEXT BY MARQUEE COMPANY

Patresia Lisnayanti Zalukhu

ABSTRACT

The role of the social media division today is a position that is needed in a company to build brand awareness of the products or services offered by the company. Therefore, Connex by Marquee which operates in the workspace services sector, is trying to prioritize the use of social media as the company's main marketing tool. The aim of this internship is to understand the practices of Social Media Specialists, especially in creating and managing creative content, as well as to develop relevant soft skills and hard skills. The involvement of interns in implementing internship work involves tasks such as brainstorming content ideas, planning and compiling content calendars, to evaluating social media performance and content performance using analytical tools. During the internship program, interns implement effective digital marketing strategies, contribute to increasing Connex by Marquee brand awareness, and provide evaluations and recommendations based on social media performance data. After carrying out internship activities for 640 working hours, it was concluded that the interns had successfully completed the tasks given by the Connex by Marquee company and answered the objectives that had been set at the beginning and provided suggestions to several parties.

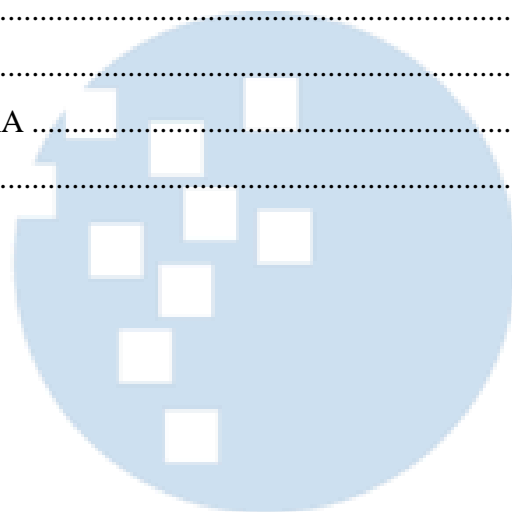
Keywords: *Brand Awareness, Creative Content, Digital Marketing, Social Media, Social Media Specialist*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|---|---------|
| HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PELAGIAT | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iv |
| HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS..... | v |
| KATA PENGANTAR | vi |
| ABSTRAK | viii |
| <i>ABSTRACT</i> | ix |
| DAFTAR ISI..... | x |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| BAB 1..... | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang | 3 |
| 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang..... | 3 |
| 1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang | 3 |
| 1.3.2 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang | 4 |
| BAB II..... | 7 |
| GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN..... | 7 |
| 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan..... | 7 |
| 2.2 Visi dan Misi..... | 8 |
| 2.3 Struktur Organisasi Perusahaan..... | 8 |
| BAB III..... | 11 |
| PELAKSANAAN KERJA MAGANG | 11 |
| 3.1 Kedudukan dan Koordinasi | 11 |
| 3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang..... | 12 |
| 3.2.1 Tugas Kerja Magang..... | 12 |

| | |
|---|----|
| 3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang..... | 14 |
| 1. <i>Social Media Marketing</i> | 14 |
| 3.3 Kendala yang Ditemukan | 30 |
| 3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan..... | 30 |
| BAB IV | 31 |
| SIMPULAN DAN SARAN | 31 |
| 4.1 Simpulan..... | 31 |
| 4.2 Saran..... | 32 |
| DAFTAR PUSTAKA | 34 |
| LAMPIRAN..... | 37 |



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 3. 1 Uraian Tugas Magang | 13 |
| Tabel 3. 2 Social Media Calender Connex April | 19 |
| Tabel 3. 3 Content Tracking TikTok & Instagram Connex April | 28 |
| Tabel 3. 4 Social Media Insight TikTok Connex April | 29 |



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Media Sosial 2013- 2023..... | 1 |
| Gambar 2.1 Struktur Organisasi Marquee Executive Offices | 8 |
| Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Connext by Marquee..... | 9 |
| Gambar 3. 1 Konten Video TikTok <i>Engagement</i> | 20 |
| Gambar 3. 2 Konten Video TikTok <i>Educational</i> | 21 |
| Gambar 3. 3 Konten Video TikTok <i>Promotional</i> | 22 |
| Gambar 3. 4 Konten Video <i>Promotional</i> | 23 |
| Gambar 3. 5 Konten Video TikTok <i>Partnership</i> | 24 |
| Gambar 3. 6 <i>Editing</i> Konten Video | 25 |
| Gambar 3. 7 Penulisan Konten <i>Brief</i> | 26 |
| Gambar 3. 8 Penulisan Konten <i>Brief</i> | 27 |



