

**PERAN SOCIAL MEDIA & CREATIVE INTERN
DI PT. BENFOOD EKAMAKMUR NUSAJAYA
(ALFA GROUP)**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

IVORY CALISTA CORY

00000062924

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

2024

**PERAN SOCIAL MEDIA & CREATIVE INTERN
DI PT. BENFOOD EKAMAKMUR NUSAJAYA
(ALFA GROUP)**



LAPORAN MAGANG

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

IVORY CALISTA CORY

0000062924

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

i

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Ivory Calista Cory

Nomor Induk Mahasiswa : 00000062924

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

PERAN SOCIAL MEDIA & CREATIVE INTERN DI PT. BENFOOD EKAMAKMUR NUSAJAYA (ALFA GROUP)

merupakan hasil laporan magang saya sendiri bukan plagiat dari laporan magang 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 magang maupun dalam penulisan laporan magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 11 Juni 2024



UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

(Ivory Calista Cory)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan Judul
**PERAN SOCIAL MEDIA & CREATIVE INTERN
DI PT. BENFOOD EKAMAKMUR NUSAJAYA (ALFA GROUP)**

Oleh
Nama : Ivory Calista Cory
NIM : 00000062924
Program Studi : Strategic Communication
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 20 Juni 2024

Pukul 08.00 s.d 09.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut

Ketua Sidang

Dian Nuranindya, S.E., M.Si.
NIDN 0320077401

Penguji

Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si.
NIDN 0314128502

Pembimbing

Dian Nuranindya, S.E., M.Si.
NIDN 0314128502

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ivory Calista Cory

NIM : 00000062924

Program Studi : Strategic Communication

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya Ilmiah : Laporan Magang

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

**PERAN SOCIAL MEDIA & CREATIVE INTERN DI
PT. BENFOOD EKAMAKMUR NUSAJAYA (ALFA GROUP)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir 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,



(Ivory Calista Cory)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul:

“PERAN SOCIAL MEDIA & CREATIVE INTERN DI PT. BENFOOD EKAMAKMUR NUSAJAYA (ALFA GROUP)” 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 laporan magang ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

Mengucapkan terima kasih

1. Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa menyertai penulis selama penyusunan laporan magang ini, melimpahi penulis dengan berkat serta rahmat, dan memberikan kemudahan kepada penulis dalam menyelesaikan laporan magang ini.
2. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
3. Bapak Dr. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara
5. Ibu Dian Nuranindya, S.E., M.Si. sebagai Pembimbing yang memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan magang ini.
6. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si. selaku penguji sidang magang yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan saran atau masukan selama sidang berlangsung.

7. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga saya dapat menyelesaikan laporan magang ini.
8. Tim Divisi *Marketing & Sales* Benfarm yang menemani dan membimbing saya selama proses magang.

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

Tangerang, 11 Juni 2024



(Ivory Calista Cory)

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERAN SOCIAL MEDIA & CREATIVE INTERN DI PT. BENFOOD EKAMAKMUR NUSAJAYA (ALFA GROUP)

Ivory Calista Cory

ABSTRAK

Seiring berkembangnya globalisasi dan era digital yang semakin pesat, perusahaan dituntut untuk dapat mengikuti *trend* agar tetap relevan di kalangan masyarakat. Adapun salah satu caranya yaitu dengan memanfaatkan peran sosial media dan tim kreatif yang tepat. PT. Benfood Ekamakmur Nusajaya yang berada di bawah naungan Alfa Group merupakan perusahaan FMCG (*Fast-Moving Consumer Goods*) yang juga turut menggunakan sosial media sebagai strategi pemasarannya. Melalui divisi *Marketing Communication* yang dimana semua anggota termasuk penulis, terlibat langsung dalam pengembangan ide promosi, *brainstorming*, perencanaan pemasaran, eksekusi, hingga evaluasi. Tujuan dari keterlibatan dalam divisi *Marketing Communication* ini adalah untuk meningkatkan *brand awareness* serta penjualan produk PT. Benfood Ekamakmur Nusajaya melalui strategi pemasaran digital yang efektif dan inovatif. Penulis menggunakan konsep SOSTAC sebagai *social media marketing strategy* guna meningkatkan *engagement* dengan konsumen melalui konten yang relevan dan menarik, serta membangun komunitas yang loyal terhadap merek Benfarm. Pada praktik magang selama 4 bulan, penulis mempunyai peran mengelola seluruh sosial media milik Benfarm, mulai dari *directing*, membuat konsep konten dan mengurus iklan digital. Salah satu kendala utama yang dihadapi adalah persaingan yang ketat di industri FMCG menuntut inovasi yang berkelanjutan agar dapat tetap unggul di antara kompetitor. Kendala lain yang dihadapi adalah perubahan algoritma media sosial yang sering kali mengakibatkan penurunan jangkauan organik, sehingga diperlukan strategi berbayar yang lebih efektif untuk tetap menjangkau target audiens. Dalam kesempatan magang ini, penulis mendapat wawasan luas terkait *trend* sosial media dan pengaruh digital *marketing* guna meningkatkan penjualan dan *awareness* brand. Keterlibatan dalam praktik kerja magang juga memberikan kesempatan kepada penulis untuk meningkatkan kemampuan dalam mengatur waktu, berperilaku secara profesional, serta mengembangkan kreativitas dan keberanian untuk mengemukakan gagasan atau ide.

Kata kunci: Media Sosial, Komunikasi Pemasaran, *Fast-Moving Consumer Goods*, PT. Benfood Ekamakmur Nusajaya, Alfa Group

THE ROLE OF SOCIAL MEDIA & CREATIVE INTERN AT PT. BENFOOD EKAMAKMUR NUSAJAYA (ALFA GROUP)

Ivory Calista Cory

ABSTRACT

As globalization and the rapidly evolving digital era continue to advance, companies are increasingly required to keep up with trends to remain relevant among the public. One way to achieve this is by leveraging the role of social media and creative team. PT. Benfood Ekamakmur Nusajaya, a Fast-Moving Consumer Goods (FMCG) company under the Alfa Group, also employs social media as part of its marketing strategy. Through the Marketing Communication division, all members, including writers, are directly involved in developing promotional ideas, brainstorming, marketing planning, execution, and evaluation. The goal of this involvement is to increase brand awareness and sales of PT. Benfood Ekamakmur Nusajaya's products through effective and innovative digital marketing strategies. The writer uses the SOSTAC concept as a social media marketing strategy to enhance engagement with consumers through relevant and captivating content, as well as building a loyal community for the Benfarm brand. During the four-month internship, the writer had the role of managing all social media accounts belonging to Benfarm, including directing, creating content concepts, and managing digital ads. One of the main challenges faced was the intense competition in the FMCG industry, which demands continuous innovation to remain superior among competitors. Another challenge was the frequent changes in social media algorithms, which often result in a decrease in organic reach, thus requiring more effective paid strategies to reach the target audience. During this internship, the writer gained extensive insights related to social media trends and the impact of digital marketing on sales and brand awareness. The writer's involvement in the internship practice also provided opportunities to enhance time management skills, professional behavior, and creativity and courage to present ideas or suggestions.

Keywords: Social Media, Marketing Communication, Fast-Moving Consumer Goods, PT. Benfood Ekamakmur Nusajaya, Alfa Group

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang	6
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	6
BAB II	
GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI	9
2.1 Tentang Benfarm (PT. Benfood Ekamakmur Nusajaya)	9
2.2 Visi Misi Benfarm	11
2.3 Struktur Organisasi Benfarm	11
BAB III	
PELAKSANAAN KERJA MAGANG	14
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang	14
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang	14
3.2.1 Tugas Kerja Magang	16
3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang	18
3.2.3 Kendala Utama	37
3.2.4 Kendala Utama	38
BAB IV	
SIMPULAN DAN SARAN	39
4.1 Simpulan	39
4.2 Saran	40
DAFTAR PUSTAKA	42
LAMPIRAN	44

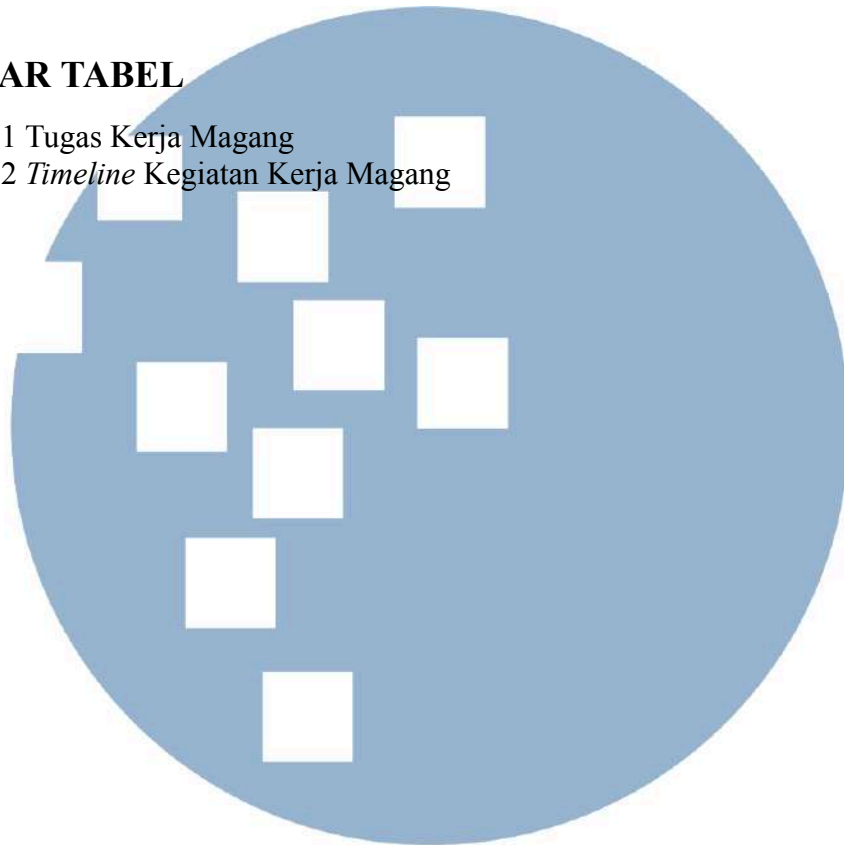
DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas Kerja Magang

16

Tabel 3.2 *Timeline* Kegiatan Kerja Magang

18



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.2 Pemanfaatan Internet oleh Pelaku Usaha Digital	2
Gambar 1.2 Jenis Olahan Produk <i>Frozen Food</i> yang Dibeli	3
Gambar 2.1 Logo Benfarm (PT. Benfood Ekamakmur Nusajaya)	10
Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT. Benfood Ekamakmur Nusajaya	12
Gambar 3.1 SOSTAC <i>Marketing Strategy</i>	17
Gambar 3.2 Proses Kognitif dan Tahapan <i>Brainstorming</i>	20
Gambar 3.3 Contoh <i>Brief Monthly Content May (2024)</i>	22
Gambar 3.4 <i>Content Production</i> dengan Tim Kreatif Benfarm	23
Gambar 3.5 Pembahasan Revisi dengan Tim Kreatif Benfarm	24
Gambar 3.6 Hasil Konten Penulis	25
Gambar 3.7 Proses <i>Content Editing</i>	27
Gambar 3.8 Hasil <i>Content Upload</i>	28
Gambar 3.9 Grafik <i>Followers Growth</i> Instagram Bulan April	29
Gambar 3.10 Grafik <i>Followers Growth</i> Tiktok Bulan April	29
Gambar 3.11 <i>Content Pillar</i> Instagram Bulan April	30
Gambar 3.12 <i>Content Overview</i> Instagram Bulan April	30
Gambar 3.13 <i>Content Analysis</i> Instagram Bulan April	31
Gambar 3.14 <i>Activity Analysis</i> Instagram Bulan April	31
Gambar 3.15 Perubahan <i>Gender Data</i> Audiens <i>Insight</i> Tiktok Bulan April	32
Gambar 3.16 <i>Giveaway</i> Jeprat-Jepret Benfarm	33
Gambar 3.17 <i>Insight Giveaway</i> Benfarm	35
Gambar 3.18 Tingkatan <i>Influencers</i>	36

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Surat Pengantar MBKM (MBKM-01)	44
Lampiran B. Kartu MBKM (MBKM-02)	45
Lampiran C. Daily Task (MBKM-03)	46
Lampiran D. Lembar Verifikasi Laporan Magang (MBKM-04)	60
Lampiran E. Surat Keterangan Penerimaan Magang	61
Lampiran F. Hasil Turnitin	62
Lampiran G. CV (<i>Curriculum Vitae</i>)	65
Lampiran H. Formulir Bimbingan Magang	66
Lampiran I. Hasil Kerja Magang Penulis	68
Lampiran J. Dokumentasi Praktik Magang	71

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA