

**PERAN SOCIAL MEDIA INTERN PADA PT. INTER PARIWARA
GLOBAL MEDIABRANDS (MEDIABRANDS CONTENT STUDIO)**



LAPORAN MBKM

Naswaa Fazira

00000063667

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**PERAN SOCIAL MEDIA INTERN PADA PT. INTER PARIWARA
GLOBAL MEDIABRANDS (MEDIABRANDS CONTENT STUDIO)**



LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

NASWAA FAZIRA

00000063667

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Naswaa Fazira

Nomor Induk Mahasiswa : 00000063667

Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

**PERAN SOCIAL MEDIA INTERN PADA PT. INTER PARIWARA
GLOBAL MEDIABRANDS (MEDIABRANDS CONTENT STUDIO)**

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, 11 Juni 2023



(Naswaa Fazira)

HALAMAN PERSETUJUAN


PERAN SOCIAL MEDIA INTERN PADA PT. INTER PARIWARA GLOBAL MEDIABRANDS (MEDIABRANDS CONTENT STUDIO)

Oleh

Nama : Naswaa Fazira
NIM : 00000063667
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Magang Universitas Multimedia Nusantara
Tangerang, 11 Juni 2024

Pembimbing



Riatun, S.Sos., M.Ikom

0302077803

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.

NIDN: 0304078404

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul

PERAN SOCIAL MEDIA INTERN PADA PT. INTER PARIWARA GLOBAL MEDIABRANDS (MEDIABRANDS CONTENT STUDIO)

Oleh

Nama : Naswaa Fazira

NIM 00000063667

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Jumat, 21 Juni 2024

Pukul 14.00 s/d 15.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Riatun, S.Sos., M.Ikom

NIDN: 0302077803

Pembimbing



Riatun, S.Sos., M.Ikom

NIDN: 0302077803

Penguji



Hanif Suranto, S.Sos., M.Si.

NIDN: 0306027102

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky
Anugrah Bangun
2024.07.01
09:44:13 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.

NIDN: 0304078404

iv

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

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

Nama : Naswaa Fazira
NIM : 00000063667
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi.
JenisKarya : Laporan MBKM

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

**PERAN SOCIAL MEDIA INTERN PADA PT. INTER PARIWARA
GLOBAL MEDIABRANDS (MEDIABRANDS CONTENT STUDIO)**

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, 11 Juni 2024

Yang menyatakan,



(Naswaa Fazira)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul:

“PERAN SOCIAL MEDIA INTERN PADA PT. INTER PARIWARA GLOBAL MEDIABRANDS (MEDIABRANDS CONTENT STUDIO)”

dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Komunikasi Strategi 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, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Riatun, S.Sos., M.Si., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Vannesa, Raden Widho, Salma Nabilah, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya kegiatan kerja magang.
6. PT. IPG Mediabrands Content Studio, sebagai perusahaan tempat magang yang telah memberikan kesempatan untuk mendapatkan pengalaman praktik kerja nyata.
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.

Semoga karya laporan ini dapat membantu dalam memberikan gambaran, pembelajaran, serta inspirasi bagi pembacanya dalam mengikuti program kerja magang yang dilakukan di luar kampus.

Tangerang, 11 Juni 2024



(Naswaa Fazira)



PERAN SOCIAL MEDIA INTERN PADA PT. INTER PARIWARA GLOBAL MEDIABRANDS (MEDIABRANDS CONTENT STUDIO)

Naswaa Fazira

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital khususnya pada media sosial membuka peluang baru dalam periklanan. Perkembangan tersebut membuat banyak *brand* dari berbagai industri terjun ke *platform* media sosial untuk beriklan. Hal ini membuat agensi periklanan dibutuhkan. Dengan melihat hal tersebut, pemegang memilih untuk melakukan kerja magang di agensi periklanan. Mediabrands Content Studio (MBCS) merupakan agensi periklanan dari unit PT. Inter Pariwara Global Mediabrands yang memiliki fokus utama dalam produksi konten. MBCS menjadi tempat pilihan magang dimana agensi tersebut memiliki *brand* klien dari berbagai industri, sehingga pemegang mendapatkan pengalaman dan pembelajaran di posisi divisi *social media* untuk perencanaan, mengeksekusi, mengevaluasi dan bekerjasama dengan tokoh dan media dalam kebutuhan konten media sosial klien. Namun, dalam kegiatan magang ini terdapat tantangan yang ditemukan berupa adaptasi *briefing brand* dan tekanan waktu dalam menyelesaikan pekerjaan dengan waktu yang singkat. Hal tersebut dapat diselesaikan dengan adanya komunikasi yang baik dan kerjasama dengan tim *social media* untuk menyelesaikan permasalahan tersebut. Dapat disimpulkan bahwa pemegang dalam kegiatan magang ini mendapatkan kesempatan untuk belajar dan menerapkan berbagai keterampilan penting dalam social media, dan mendapatkan pengalaman untuk bekerja dan berkreasi secara langsung dengan tim *social media*.

Kata kunci: Iklan, Media Sosial, Brand, Konten, Produksi

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

***ROLE OF SOCIAL MEDIA INTERN AT PT INTER PARIWARA GLOBAL
MEDIABRANDS (MEDIA BRANDS CONTENT STUDIO)***

Naswaa Fazira

ABSTRACT

The development of digital technology, particularly in social media, has opened new opportunities in advertising. This development has led many brands from various industries to join social media platforms for advertising. As a result, advertising agencies are in high demand. Recognizing this opportunity, the intern chose to conduct a work internship at Mediabrands Content Studio (MBCS0, a subsidiary of PT. Inter Pariwara Global Mediabrands, which focuses primarily on content production. MBCS was selected as the place that internship chose due to its diverse client base from various industries, providing the intern with the opportunity to gain experience and learning about social media division for planning, executing, evaluating, and collaborating with influencers and media in meeting the social media content needs of clients. However, during the internship, several challenges were encountered, including adapting to brand briefings and tight deadlines. These challenges were overcome through communication and teamwork with the social media team to resolve these. In conclusion, the intern in this internship activity gained the opportunity to learn and apply various essential skills in social media and gained experience working directly with the social media team.

Keywords: Advertising, Social Media, Brand, Content, Production



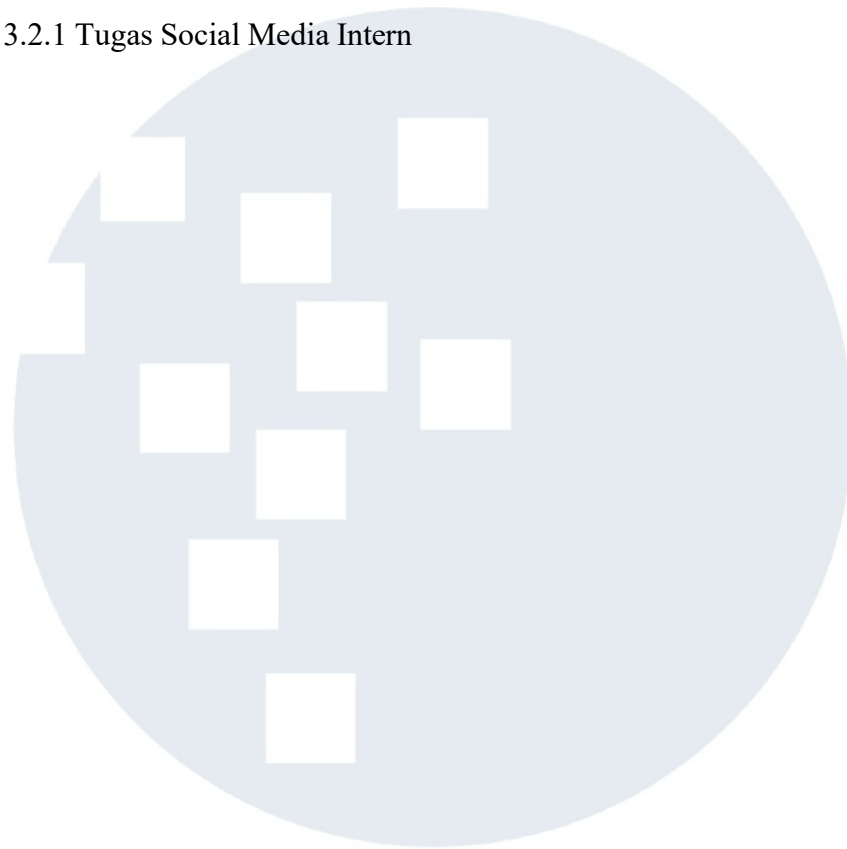
DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang	3
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	4
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Program Kerja Magang	4
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	4
BAB II	
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	6
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	6
2.1.1 Visi dan Misi	8
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	9
BAB III	
PELAKSANAAN KERJA MAGANG	11
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	11
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	13
3.3 Kendala yang Ditemukan	44
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	44
BAB IV	
SIMPULAN DAN SARAN	45
4.1 Saran.....	46
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN	49

DAFTAR TABEL

Tabel 3.2.1 Tugas Social Media Intern

5



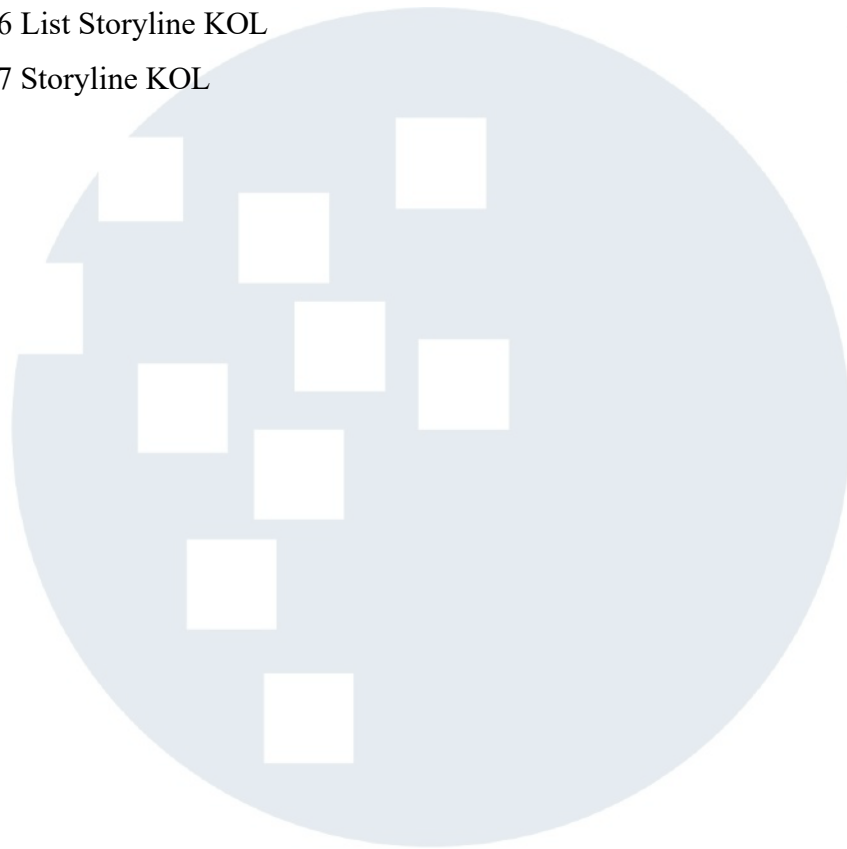
UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penggunaan Media Sosial di Indonesia	1
Gambar 2.1 Logo PT. Inter Pariwara Global (IPG) Mediabrands	6
Gambar 2.2 Logo Mediabrands Content Studio	7
Gambar 2.3 Struktur Mediabrands Content Studio	9
Gambar 3.1 Alur Kerja	12
Gambar 3.2 Content Planning Praxion	16
Gambar 3.3 Product Knowledge Confiant	17
Gambar 3.4 Pilar Proris	19
Gambar 3.5 Brainwriting	21
Gambar 3.6 Research Idea	22
Gambar 3.7 Editorial Plan Spotify	24
Gambar 3.8 Hasil Visual Editorial Plan Spotify	25
Gambar 3.9 Unggahan Feed Spotify	25
Gambar 3.10 Editorial Plan Proris	26
Gambar 3.11 Unggahan Story Proris	27
Gambar 3.12 Editorial Plan Confiant	28
Gambar 3.13 Unggahan Reels Confiant	28
Gambar 3.14 Editorial Plan Albusmin	29
Gambar 3.15 Unggahan TikTok Albusmin	30
Gambar 3.16 Editorial Plan Spotify	31
Gambar 3.17 Unggahan X/Twitter Spotify	31
Gambar 3.18 Monthly Report (Content Performance)	33
Gambar 3.19 Monthly Report (Competitor Analysis)	34
Gambar 3.20 Pendataan dan Analisis KOL	36
Gambar 3.21 Peninjauan Konten KOL	37
Gambar 3.22 List Kerjasama Media	38
Gambar 3.23 Kontak Langsung Media	39
Gambar 3.24 Brief Storyline KOL	41

Gambar 3.25 Do's dan Don'ts Campaign	41
Gambar 3.26 List Storyline KOL	42
Gambar 3.27 Storyline KOL	43



UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Pengantar MBKM 01	45
Lampiran B Surat Pengantar Kerja Magang MBKM 02	46
Lampiran C Kartu MBKM 02	47
Lampiran D Daily Task MBKM 03	48
Lampiran E Verifikasi Laporan MBKM 04	49
Lampiran F Surat Pernyataan Penerimaan Magang	50
Lampiran G Surat Pernyataan Selesai Magang	51
Lampiran H Pengecekan Hasil Turnitin	52
Lampiran I Formulir Konsultasi Magang	53
Lampiran J Semua Hasil Karya Selama Magang	54
Lampiran K Dokumentasi Kegiatan Magang	79



