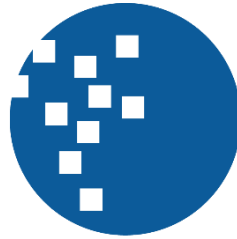


Aktivitas *Social Media Specialist* di Toko Mas dan Perhiasan Ibu

Kota baru Cianjur



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Felicia Agnes Maretha

0000063063

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN JARAK JAUH ILMU

KOMUNIKASI

ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

Aktivitas *Social Media Specialist* di Toko Mas dan Perhiasan Ibu

Kota Baru Cianjur



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Felicia Agnes Maretha

00000063063

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN JARAK JAUH ILMU

KOMUNIKASI

ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

i

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Felicia Agnes Maretha

Nomor Induk Mahasiswa **00000063063**

Program studi : Pendidikan Jarak Jauh Ilmu Komunikasi

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

**Aktivitas *Social Media Specialist* di Toko Mas dan Perhiasan Ibu Kota Baru
Cianjur**

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, 13 Januari 2024



(Felicia Agnes Maretha)

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan Magang dengan judul

Aktivitas *Social Media Specialist* di Toko Mas dan Perhiasan Ibu Kota Baru

Cianjur

Oleh

Nama : Felicia Agnes Maretha

NIM : 00000063063

Program Studi : Pendidikan Jarak Jauh Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 13 Januari 2025

Pembimbing



Eunike Iona Saptanti, S.Ikom., M.Ikom.

NIDN 0328079401

Ketua Program Studi PJJ Ilmu Komunikasi



Helga Liliani Cakra Dewi, S.Ikom., M.Comm.

NIDN 0317089201

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul
Aktivitas *Social Media Specialist* di Toko Mas dan Perhiasan Ibu Kota Baru

Cianjur

Oleh

Nama : Felicia Agnes Maretha

NIM : 00000063063

Program Studi : Pendidikan Jarak Jauh Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin 13 Januari 2025

Pukul 15.00 s/d 16.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

Dosen Pembimbing



Eunike Iona Saptanti, S.Ikom., M.Ikom.
NIDN 0328079401

Penguji



Helga Liliani Cakra Dewi, S.Ikom., M.Comm.
NIDN 0317089201

Kepala Program Studi



Helga Liliani Cakra Dewi, S.Ikom., M.Comm.
NIDN 0317089201

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Felicia Agnes Maretha
NIM : 00000063063
Program Studi : Pendidikan Jarak Jauh Ilmu Komunikasi
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:

Aktivitas Social Media Specialist di Toko Mas dan Perhiasan Ibu Kota Baru

Cianjur

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, 6 Januari 2024

Yang menyatakan,



(Felicia Agnes Maretha)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul: “Aktivitas *Social Media Specialist* di Toko Mas dan Perhiasan Ibu Kota Baru Cianjur” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar S1 Jurusan Pendidikan Jarak Jauh Komunikasi Strategis 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. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Helga Liliani Cakra Dewi, S.I.kom., M.Comm. selaku Ketua Program Studi Pendidikan Jarak Jauh Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Eunike Iona Saptanti, S.Ikom., M.Ikom. sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM ini.
5. Bapak Reynaldi Kustiawan sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Kepada Ibu Helga Liliani Cakra Dewi, S.I.kom., M.Comm. selaku Penguji Sidang laporan MBKM.

7. Kepada Tim dari Toko Mas dan Perhiasan “Ibu Kota Baru” yang telah memberi dukungan dan semangat untuk menyelesaikan laporan MBKM.
8. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.
9. Kekasih dan Sahabat saya yang telah mendukung saya melewati banyak rintangan hingga saya bisa menyelesaikan laporan MBKM ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat sebagai referensi bagi banyak orang, khususnya bagi adik tingkat di masa yang akan datang. Semoga ini menjadi bukti dari perjuangan saya hingga ada di posisi sekarang.

Tangerang, 6 Januari 2024



(Felicia Agnes Maretha)

Aktivitas *Social Media Specialist* di Toko Mas dan Perhiasan Ibu

Kota Baru Cianjur

(Felicia Agnes Maretha)

ABSTRAK

Perkembangan industri perhiasan meningkat seiring dengan perkembangan teknologi dan informasi. Perhiasan menjadi salah satu pilihan investasi bagi masyarakat di Indonesia. Toko Mas dan Perhiasan “Ibu Kota Cianjur” menjadi salah satu toko perhiasan yang hadir untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen di Cianjur. Pemilihan praktik kerja magang dilandaskan oleh citra baik *brand* “Ibu Kota” bagi masyarakat Cianjur. Selain itu, mas atau perhiasan terus menjadi pilihan masyarakat, meskipun harga meningkat. Hal ini menjadi alasan bahwa sektor industri perhiasan akan tetap bertahan apabila memanfaatkan sosial media dengan baik untuk melakukan pemasaran. Tujuan melaksanakan praktik kerja magang ialah menambah pengetahuan dan mengimplementasikan ilmu selama berkuliah di Universitas Multimedia Nusantara. *Social Media Specialist* adalah posisi yang ditempati oleh penulis. Pekerjaan yang dilakukan selama magang diantaranya *strategic planning*, *social media marketing*, melakukan input, *copywriting* dan melakukan foto produk perhiasan. Selama magang terdapat beberapa kendala, salah satunya ialah kekurangan tim sosial media. Solusi yang dapat diberikan ialah dengan banyak belajar dari sosial media dan mencari referensi dalam pembuatan konten.

Kata kunci: Strategic Planning, Social Media Marketing, Social Media Specialist

Social Media Specialist Activities at Ibu Kota Baru Gold Shop in Cianjur

(Felicia Agnes Maretha)

ABSTRACT (English)

The development of the jewelry industry increases along with developments in technology and information. Jewelry is an investment choice for people in Indonesia. Mas and Jewelry Shop "Capital City of Cianjur" is one of the jewelry shops that is here to meet the needs and desires of consumers in Cianjur. The choice of internship work practice is based on the good image of the "Capital City" brand for the people of Cianjur. Apart from that, gold or jewelry continues to be people's choice, even though prices are increasing. This is the reason that the jewelry industry sector will survive if it makes good use of social media for marketing. The aim of carrying out internship work is to increase knowledge and implement knowledge while studying at Multimedia Nusantara University. Social Media Specialist is the position occupied by the author. The work carried out during the internship includes strategic planning, social media marketing, inputting, copywriting and taking photos of jewelry products. During the internship there were several obstacles, one of which was the lack of a social media team. The solution that can be given is to learn a lot from social media and look for references in creating content.

Keywords: *Strategic Planning, Social Media Marketing, Social Media Specialist*

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
<i>ABSTRACT (English)</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang	6
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	7
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	8
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	8
2.1.1 Visi Misi.....	10
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	11
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	13
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	13
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	13
3.3 Kendala yang Ditemukan.....	35
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	35
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN.....	36
4.1 Simpulan.....	36
4.2 Saran	37
DAFTAR PUSTAKA	40



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Uraian Praktik Kerja Magang	16
Tabel 3.2 Timeline Aktivitas Praktik Kerja Magang.....	17
Tabel 3.3 Mekanisme Publikasi di Instagram	22
Tabel 3.4 Contoh Postingan Perminggu <i>Feed</i> Instagram.....	24
Tabel 3.5 Contoh Konten Melalui Instagram	27
Tabel 3.6 Contoh <i>Caption</i> Instagram.....	31
Tabel 3.7 Teknik Pengambilan Foto Menggunakan <i>Smartphone</i>32

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kenaikan Harga Emas Kuartal III, 2024	2
Gambar 2.1 Logo Toko Mas dan Perhiasan “Ibu Kota Baru”	10
Gambar 2.2 Gambar Struktur Organisasi “Ibu Kota Baru”	11
Gambar 3.1 Bagan Pengarahan Kerja <i>Social Media Intern</i>	13
Gambar 3.2 Komunikasi Pemasaran di Instagram.....	20
Gambar 3.3 Penggunaan Canva Pada Konten Instagram	33
Gambar 3.4 Penggunaan Instagram Untuk <i>Edit Konten</i>	34
Gambat 3.5 Sistem <i>Input</i> Toko Mas Ibu Kota Baru	34

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A (Surat Pengantar MBKM - MBKM 01)	43
Lampiran B Surat Pengantar MBKM- MBKM 02	44
Lampiran C Kartu MBKM 02	45
Lampiran D <i>Daily Task</i> MBKM 03	46
Lampiran E Lembar Verifikasi MBKM 04	60
Lampiran F <i>Form</i> Bimbingan (Loa)	61
Lampiran G Surat Penerimaan MBKM (Loa)	62
Lampiran H Hasil Turnitin	63
Lampiran I Semua hasil karya tugas yang dilakukan selama MBKM	64