

**PERAN *COMMUNITY SPECIALIST* DALAM AKTIVITAS
KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI PENGELOLAAN
KOMUNITAS *BRAND MAD FOR MAKEUP*, PT MAJU ANAK
DUNIA**



LAPORAN MAGANG

IRENE ZANETHA HALIM

0000060703

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

2025

**PERAN *COMMUNITY SPECIALIST* DALAM AKTIVITAS
KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI PENGELOLAAN
KOMUNITAS *BRAND MAD FOR MAKEUP*, PT MAJU ANAK
DUNIA**



LAPORAN MAGANG

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

IRENE ZANETHA HALIM

0000060703

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Irene Zanetha Halim

Nomor Induk Mahasiswa : 00000060703

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

PERAN *COMMUNITY SPECIALIST* DALAM AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI PENGELOLAAN KOMUNITAS *BRAND MAD FOR MAKEUP, PT MAJU ANAK DUNIA*

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 magang maupun dalam penulisan laporan magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 31 Oktober 2024



Irene Zanetha Halim

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

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan magang dengan judul

PERAN *COMMUNITY SPECIALIST* DALAM AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI PENGELOLAAN KOMUNITAS *BRAND MAD FOR MAKEUP*, PT MAJU ANAK DUNIA


Oleh

Nama : Irene Zanetha Halim
NIM : 00000060703
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 15 Januari 2025
Pukul 09.00 s.d 10.00 WIB dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang


Digitally signed by Eko
Hadi Saputro
Reason: I am approving
this document
Location: Universitas
Multimedia Nusantara
Date: 2025-01-22
15:26+07:00

Eko Hadi Saputro.,SE.,MM
NIDN 0303056102

Penguji



Anton Binsar, S.Sos., M.Si.
NIDN 0309027705

Pembimbing


Digitally signed by Eko Hadi Saputro
Reason: I am approving this document
Location: Universitas Multimedia
Nusantara
Date: 2025-01-22 15:26+07:00

Eko Hadi Saputro.,SE.,MM
NIDN 0303056102

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi


Digitally signed
by Cendera Rizky
Anugrah Bangun
Date: 2025.01.23
11:27:52 +07'00'

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 : Irene Zanetha Halim
NIM : 00000060703
Program Studi : Ilmu Komunikasi
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 karya ilmiah saya yang berjudul:

PERAN *COMMUNITY SPECIALIST* DALAM AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI PENGELOLAAN KOMUNITAS *BRAND MAD FOR MAKEUP, PT MAJU ANAK DUNIA*

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, 8 November 2024

Yang menyatakan,



Irene Zanetha Halim

KATA PENGANTAR

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

“PERAN *COMMUNITY SPECIALIST* DALAM AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI PENGELOLAAN KOMUNITAS *BRAND MAD FOR MAKEUP*, PT MAJU ANAK DUNIA”

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 magang ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si. 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. Bapak Eko Hadi Saputro.,SE.,MM. selaku Dosen Pembimbing magang yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi selama proses penyusunan hingga terselesainya laporan magang ini.
5. Bapak/Ibu Dosen selaku Ketua Sidang dan Bapak/Ibu Dosen selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Perusahaan tempat saya magang, PT Maju Anak Dunia, Mad For Makeup, atas kesempatan, pengalaman, dan ilmu yang didapatkan selama magang menjadi *community intern* di Mad For Makeup.

7. Elisa Marchelina, Cindy, Amanda, Yuyus, Anisa, Ratri, Bapak Tony dan segenap tim Mad For Makeup lainnya yang turut serta membantu dan mengajarkan banyak hal selama saya menjadi *community intern* di Mad For Makeup.
8. Keluarga, pasangan, dan teman-teman saya lainnya yang telah memberikan bantuan dukungan material, emosional, moral, hingga doa sehingga saya dapat menyelesaikan magang dan laporan magang ini, yaitu Mama, Cici Cia, Gio, Ce Een, Ko Alek, Jennifer, Fitra, Dhaniel, Adida, Melvin, Clif, Ciko, Glo, dan lain-lainnya.

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

Tangerang, 8 November 2024



Irene Zanetha Halim

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERAN *COMMUNITY SPECIALIST* DALAM AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN MELALUI PENGELOLAAN KOMUNITAS *BRAND MAD FOR MAKEUP*, PT MAJU ANAK DUNIA

Irene Zanetha Halim

ABSTRAK

Praktik kerja magang dilakukan sebagai *community intern* yang ada di bawah divisi *community*, departemen *marketing* pada Mad For Makeup, sebuah *brand* kosmetik dan kecantikan di bawah naungan PT Maju Anak Dunia. Latar belakang pemilihan tempat magang adalah semakin bertumbuhnya tren kosmetik di tengah kehidupan konsumen saat ini, dan Mad For Makeup merupakan salah satu *brand* lokal pendatang yang berhasil mencuri perhatian masyarakat di dunia kosmetik dikarenakan produk dan pemasaran uniknya. Tujuan dari kerja magang ini adalah untuk mengimplementasikan konsep *marketing communication* khususnya melalui komunitas dari sebuah *brand* sebagai salah satu sarana *marketing communication* pada perusahaan tempat kerja magang. Deskripsi pekerjaan *community intern* adalah melakukan riset, penyusunan objektif, strategi, hingga taktik dan diturunkan dalam sebuah *community activity plan*, aktivitas ini terbagi ke beberapa jenis seperti *challenges*, *class*, *giveaway*, *event*, *sales promotion*, dan lainnya yang diterapkan khusus untuk komunitas. KPI yang digunakan dalam memantau kinerja selama praktik kerja magang adalah jumlah pendatang baru pada komunitas, kebahagiaan yang dirasakan *community members*, hingga *word of mouth* yang dapat dilihat dari total *mention* pada media sosial *community*. Konsep yang digunakan dalam laporan magang ini adalah konsep *Customer Relationship Management* (CRM) yang khususnya membantu penulis dalam membangun hubungan dengan konsumen dan mengelola komunitas. Kendala utama dalam proses kerja magang adalah penyesuaian berbagai jenis *job description* yang luas dan membutuhkan beberapa kemampuan berbeda. Setelah dilakukan aktivitas magang selama 640 jam kerja, didapatkan kesimpulan bahwa *brand community* memiliki peranan penting dalam membantu aktivitas komunikasi pemasaran suatu *brand*, di mana komunitas dapat mendukung *brand loyalty* secara positif, meningkatkan *word of mouth*, hingga meningkatkan *sales* dikarenakan *repurchase* dari anggota komunitas.

Kata kunci: *Marketing Communication, Customer Relationship Management, Community Specialist, Brand Community*

THE ROLE OF THE COMMUNITY SPECIALIST IN MARKETING COMMUNICATION ACTIVITIES THROUGH COMMUNITY MANAGEMENT OF MAD FOR MAKEUP, PT MAJU ANAK DUNIA

Irene Zanetha Halim

ABSTRACT

The internship was conducted as a community intern under the community division, marketing department at Mad For Makeup, a cosmetic and beauty brand under PT Maju Anak Dunia. The background for choosing the internship location is the growing trend of cosmetics in the midst of today's consumer life, and Mad For Makeup is one of the local brands that has succeeded in stealing the public's attention in the cosmetics world due to its unique products and marketing. The purpose of this internship is to implement the concept of marketing communication, especially through the community of a brand as a means of marketing communication at the company where the internship is held. The job description of a community intern is to conduct research, compile objectives, strategies, and tactics and are translated into a community activity plan, this activity is divided into several types such as challenges, classes, giveaways, events, sales promotions, and others that are applied specifically to the community. The KPIs used in monitoring performance during the internship are the number of newcomers to the community, the happiness felt by community members, and word of mouth that can be seen from the total mentions on community social media. The concept used in this internship report is the Customer Relationship Management (CRM) concept which specifically helps the author in building relationships with consumers and managing the community. The main obstacle in the internship process is the adjustment of various types of broad job descriptions that require several different skills. After conducting an internship activity for 640 hours of work, it was concluded that the brand community has an important role in helping a brand's marketing communication activities, where the community can support brand loyalty positively, increase word of mouth, and increase sales due to repurchases from community members.

Keywords: *Marketing Communication, Customer Relationship Management, Community Specialist, Brand Community*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH...	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	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	10
2.1 Tentang PT Maju Anak Dunia	10
2.2 Visi Misi PT Maju Anak Dunia	13
2.3 Struktur Organisasi PT Maju Anak Dunia	14
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	17
4.1 Kedudukan dalam Kerja Magang	17
4.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang	17
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	47
4.1 Simpulan	47
4.2 Saran	48
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	53

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas Utama <i>Community Intern</i>	18
Tabel 3.2 Lini Masa Praktik Kerja Magang	21



DAFTAR GAMBAR

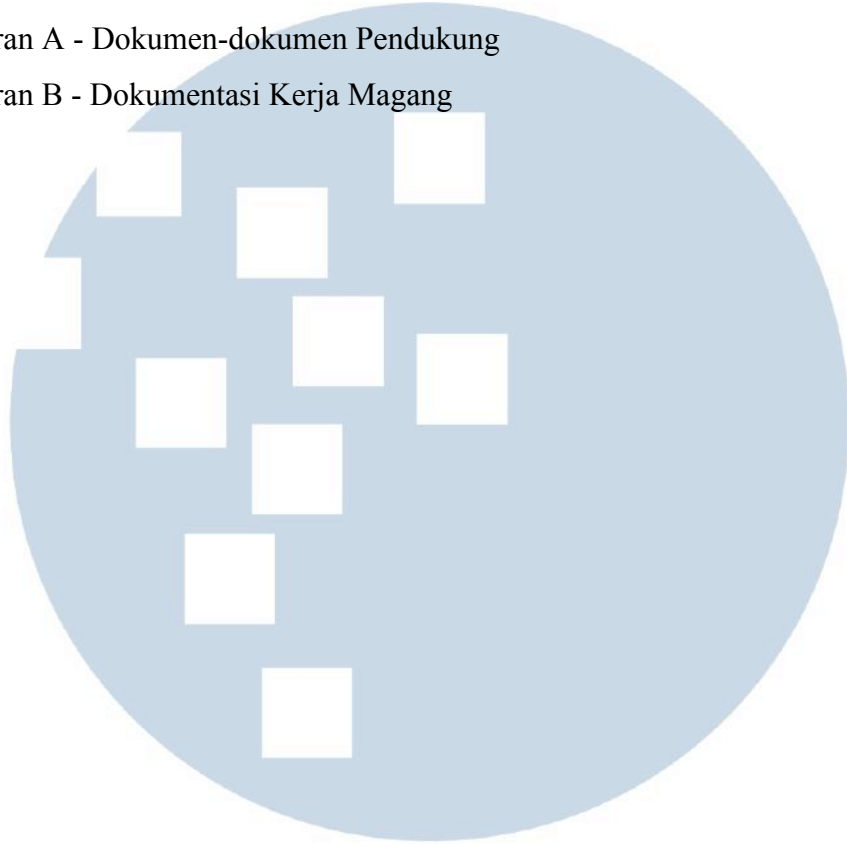
Gambar 1.1 Artikel Terkait Mad For Makeup dan Komunitas	6
Gambar 2.1 Logo Mad For Makeup	12
Gambar 2.2 Visualisasi Instagram Mad For Makeup	13
Gambar 2.3 Kolaborasi Mad For Makeup Dengan <i>Brand Lain</i>	14
Gambar 2.4 Struktur Organisasi Mad For Makeup	15
Gambar 3.1 List Referensi Ide Konten Elsheskin	27
Gambar 3.2 <i>Sentiment Report</i>	28
Gambar 3.3 Evaluasi Mad For Makeup	29
Gambar 3.4 Evaluasi RSS	30
Gambar 3.5 Peraturan dan Ketentuan <i>New Registration Flow</i> RSS	31
Gambar 3.6 <i>Guidebook Welcome New Member Of</i> RSS	32
Gambar 3.7 <i>Deck Event</i> RSS	35
Gambar 3.8 <i>Budgeting Event</i> RSS	36
Gambar 3.9 <i>Partnership Deck Event</i> RSS	37
Gambar 3.10 DM Instagram Rebel Secret Society	40
Gambar 3.11 DM TikTok Rebel Secret Society	41

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A - Dokumen-dokumen Pendukung	53
Lampiran B - Dokumentasi Kerja Magang	80



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA