

**PERAN MEDIA SOSIAL DALAM PEMASARAN
PT CITRA KIRANA HIJAU RETAIL**



LAPORAN MBKM



**DANIEL
00000047496**

**UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**PERAN MEDIA SOSIAL DALAM PEMASARAN
PT CITRA KIRANA HIJAU RETAIL**



LAPORAN MBKM

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

DANIEL
00000047496

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

2025

i

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Daniel
Nomor Induk Mahasiswa : 00000047496
Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang Penelitian dengan judul:

PERAN MEDIA SOSIAL DALAM PEMASARAN PT CITRA KIRANA HIJAU RETAIL

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, 20 Desember 2024



Daniel

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul

PERAN MEDIA SOSIAL DALAM PEMASARAN

PT CITRA KIRANA HIJAU RETAIL

Oleh

Nama : Daniel
NIM : 00000047497
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah ujian pada hari Jum'at, 10 Januari 2025

Pukul 08.00 s.d 09.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

Ketua Sidang

Riatun.S.Sos, M.I.Kom

NIDN. 030207780

Penguji

Maria Advenita Gita Elmada, S.I. Kom., M.Si.

NIDN. 0309129202

Pembimbing

Riatun.S.Sos, M.I.Kom

NIDN 030207780

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi

Digitally signed by Cendera
Rizky Anugrah Bangun
Date: 2025.01.28 11:04:37
+0700'

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 : Daniel
NIM : 00000047496
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 (*None-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

**PERAN MEDIA SOSIAL DALAM PEMASARAN PT CITRA KIRANA
HIJAU RETAIL**

Beserta perangkat yang ada (Jika diperlukan). Dengan hak bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multi Media Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, 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.

Jakarta, 29 November 2024

Yang menyatakan,



(Daniel)

KATA PENGANTAR

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

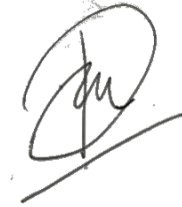
“PERAN MEDIA SOSIAL DALAM PEMASARAN PT CITRA KIRANA HIJAU RETAIL” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari 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:

1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Rismi Juliadi, S.T., M.Si., selaku Dekan Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Riatun, S.Sos, M.I.Kom, sebagai pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan kritik dan saran dalam mengerjakan laporan ini.
5. Ibu Maria Advenita Gita Elmada, S.I.Kom., M.Si. sebagai Ketua Sidang dan penguji yang telah memberikan arahan serta masukan selama sidang.
6. Bapak Stephanus Adrianta, *sebagai Manajer Umum* PT Citra Kirana Hijau Retail (Green Sedayu Mall).
7. Ibu Lestari sebagai asisten manajer, Ibu Devi sebagai Tenant Relation, Ibu Meilyana sebagai Tenant Relation, Bapak Yodha sebagai Casual leasing, Bapak Martinus sebagai Facillity, Ibu Anggi sebagai finace, Bapak Didi sebagai desain grafis, Ibu Vicella sebagai *Graphic Designer*, Ibu Nathalie sebagai Media Sosial Ibu Sharon sebagai *Grapihic Designer*, Ibu Cindy sebagai seorang *Marketing Communication Event Marketing*, Jennifer sebagai *Marketing Communication Event Marketing* seorang Bapak Setyo

sebagai leader housekeeping dan seluruh karyawan Green Sedayu Mall.

8. Cindy, Nathalie, Vicella, Angle dan Alexa sebagai Green Sedayu Mall Tim Social Media Marketing, *Marketing Communication Event Marketing, Grapihic Designer* yang telah berkolaborasi dengan saya selama ini.
9. Keluarga saya yang telah memberi dukungan materi dan moral, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Jakarta , 09 Desember 2024



(Daniel)



PERAN MEDIA SOSIAL DALAM PEMASARAN PT CITRA KIRANA HIJAU RETAIL

Daniel

ABSTRAK

Magang adalah periode pelatihan kerja di mana peserta mendapatkan pengalaman praktis dan mengembangkan keterampilan profesional mereka. Diselenggarakan di lembaga pendidikan dan industri, kegiatan ini bertujuan untuk mengembangkan kompetensi mahasiswa agar mampu melaksanakan tugas sesuai bidangnya. Laporan ini menjelaskan pengalaman magang selama empat bulan di divisi Sosial Media PT Citra Kirana Hijau Retail (Green Sedayu Mall), sebuah pusat perbelanjaan modern di Jakarta Barat. Selama magang, penulis terlibat dalam berbagai kegiatan seperti perencanaan, produksi, dan evaluasi konten media sosial, termasuk video promosi, konten kreatif untuk Instagram dan TikTok, serta pelaporan performa bulanan. Penulis juga bertanggung jawab atas pengelolaan kampanye digital, Engagement Audiens, Strategi Media Sosial, Pengelolaan Konten, Pemasaran Ritel, koordinasi dengan tim kreatif, dan dokumentasi acara besar seperti bazar, acara tematik, dan program tenant. Selama magang, penulis mampu menerapkan pengetahuan akademik ke dalam dunia kerja nyata. Penulis juga mengembangkan berbagai keterampilan, seperti manajemen waktu, komunikasi yang efektif, dan kerja sama tim. Berbagai tantangan teknis dan manajerial yang dihadapi, seperti pencahayaan kurang optimal dan gangguan teknis pada platform media sosial, berhasil diatasi dengan pendekatan strategis dan adaptasi. Selain itu, dukungan dari tim Marcomm yang profesional memberikan pengalaman yang mendalam tentang dinamika pemasaran dan komunikasi korporat. Magang ini menjadi langkah penting dalam mempersiapkan karier penulis di masa depan, memberikan bekal keterampilan dan wawasan tentang pengelolaan pemasaran di industri ritel modern.

Kata Kunci: *Strategi Media Sosial, Kampanye Digital, Engagement Audiens, Pengelolaan Konten, Pemasaran Ritel*

THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN THE MARKETING OF PT CITRA KIRANA HIJAU RETAIL

Daniel

ABSTRACT

An internship is a period of on-the-job training where participants gain practical experience and develop their professional skills. Held in educational and industrial institutions, this activity aims to develop student competencies so they are able to carry out tasks according to their field. This report describes a four-month internship experience in the Social Media division of PT Citra Kirana Hijau Retail (Green Sedayu Mall), a modern shopping center in West Jakarta. During the internship, the writer was involved in various activities such as planning, producing, and evaluating social media content, including promotional videos, creative content for Instagram and TikTok, as well as monthly performance reporting. The writer is also responsible for digital campaign management, Audience Engagement, Social Media Strategy, Content Management, Retail Marketing, coordination with the creative team, and documentation of major events such as fairs, thematic events, and tenant programs. During the internship, the writer was able to apply academic knowledge into the real world of work. Writers also develop various skills, such as time management, effective communication, and teamwork. The various technical and managerial challenges faced, such as sub-optimal lighting and technical problems on social media platforms, were successfully overcome with a strategic approach and adaptation. In addition, support from the professional Marcomm team provides in-depth experience of the dynamics of marketing and corporate communications. This internship is an important step in preparing the writer's future career, providing skills and insight into marketing management in the modern retail industry.

Keywords: *Social Media Campaigns, Customer Feedback, Sosial media strategy, Engagement, Target Audience*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I 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 Kerja Magang	4
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	4
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	7
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	7
2.2 Visi Misi.....	8
2.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	8
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	12
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	12
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	13
3.3 Kendala yang Ditemukan	25
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	27
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	29
4.1 Simpulan	29
4.2 Saran.....	30
4.2.1 Saran untuk Perusahaan	30
4.2.2 Saran untuk Universitas	30
4.2.3 Saran untuk Mahasiswa yang akan magang	30
DAFTAR PUSTAKA	32
LAMPIRAN	33

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Timeline Kegiatan Magang11
Tabel 3.2 Absensi Kehadiran20



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet di Indonesia	1
Gambar 1.2 Data Pengguna Media Sosial 2024	2
Gambar 2.1 Logo Green Sedayu Mall	6
Gambar 2.2 Struktur Organisasi	7
Gambar 3.1 Proses Pengambilan <i>Take Content</i> di Tai Sreet	14
Gambar 3.2 Proses Pengambilan konten <i>Food and Beverage</i> dari <i>chatime</i>	14
Gambar 3.3 Konten Raa Cha	15
Gambar 3.4 Konten di Coco Summer	15
Gambar 3.5 Konten di Burger King	16
Gambar 3.5 Konten Yes Euphoria	16
Gambar 3.6 Konten event di Green Sedayu Mall	17
Gambar 3.7 Konten Challenge di Green Sedayu Mall	17
Gambar 3.8 Konten Tenant Fashion Di Green Sedayu Mall	18
Gambar 3.9 Konten Terra Charge, Pengisi Daya Mobil Listrik	19
Gambar 3.10 Contoh Content Yang di Buat	20
Gambar 3.11 Contoh event besar di Green Sedayu Mall	21
Gambar 3.12 Proses Editing Konten	22
Gambar 3.13 Laporan Bulanan	23
Gambar 3.14 Akun Tiktok Green Sedayu Mall	24
Gambar 3.15 Konten Harian Green Sedayu Mall	25

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA