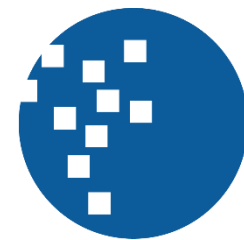


**UPAYA OPTIMALISASI KINERJA DIGITAL MARKETING
MELALUI PENGEMBANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL DI
PT ALFASCALE INDONESIA**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

GABRIELLA CINDY IRAWAN

00000068045

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**UPAYA OPTIMALISASI KINERJA DIGITAL MARKETING
MELALUI PENGEMBANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL DI
PT ALFASCALE INDONESIA**



LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

GABRIELLA CINDY IRAWAN

00000068045

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Gabriella Cindy Irawan

Nomor Induk Mahasiswa : 00000068045

Program studi : Manajemen

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

**UPAYA OPTIMALISASI KINERJA DIGITAL MARKETING
MELALUI PENGEMBANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL DI PT
ALFASCALE INDONESIA**

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, 5 Juni 2025



Gabriella Cindy Irawan

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan MBKM dengan judul

“UPAYA OPTIMALISASI KINERJA DIGITAL MARKETING MELALUI PENGEMBANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL DI PT ALFASCALE INDONESIA”

Oleh

Nam : Gabriella Cindy Irawan

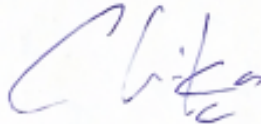
NIM : 000000 68045

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk disajikan pada
Sidang Ujian Magang Universitas Multimedia Nusantara.

Pembimbing



Nosica Rizkalla, S.E., M.Sc.
NIDN : 0320089001

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., CBO.
NIDN: 0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul

UPAYA OPTIMALISASI KINERJA DIGITAL MARKETING MELALUI

PENGEMBANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL DI PT ALFASCALE

INDONESIA

Oleh

Nama : Gabriella Cindy Irawan
NIM : 00000068045
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

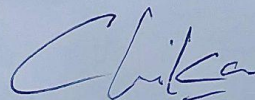
Telah diujikan pada hari Kamis, 5 Juni 2025

Pukul 16.00 s/d 17.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

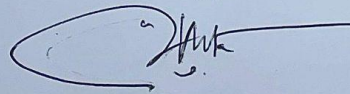
Pembimbing



Nosica Rizkalla, S.E., M.Sc.

NIDN : 0320089001

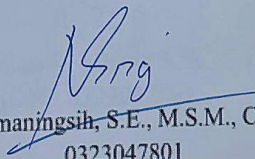
Penguji



Dr. Ir. Yosef Budi Susanto, M.M.

NIDN : 0301056103

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O.

0323047801

4

Upaya Optimalisasi Kinerja..., Gabriella Cindy Irawan, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Gabriella Cindy Irawan

NIM : 00000068045

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Jenis Karya : 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:

UPAYA OPTIMALISASI KINERJA DIGITAL MARKETING MELALUI PENGEMBANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL DI PT ALFASCALE INDONESIA

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, 26 Mei 2025

Yang menyatakan,



Gabriella Cindy

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan program kerja magang dan menyelesaikan laporan kerja magang ini dengan judul: **“UPAYA OPTIMALISASI KINERJA DIGITAL MARKETING MELALUI PENGEMBANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL DI PT ALFASCALE INDONESIA”** dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar S1 Jurusan Manajemen Pada fakultas bisnis 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. Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Prof. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Nosica Rizkalla. S.E., M.Sc., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Maria De Liguori Imaculata, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Widhi Wirawan Halim, Selaku CEO PT Alfascala Indonesia yang telah memberikan kesempatan penulis untuk dapat melaksanakan kerja magang di PT Alfascala Indonesia
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.

Penulis berharap laporan ini dapat memberikan manfaat serta menjadi referensi yang berguna bagi mahasiswa dan mahasiswi yang akan melaksanakan kegiatan magang. Melalui pengalaman yang dibagikan dalam laporan ini, penulis berharap

pembaca dapat memperoleh gambaran nyata mengenai dunia kerja serta persiapan yang perlu dilakukan sebelum menjalani program magang.

Tangerang, 26 Mei 2025

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Gabi', is placed over a faint, light-colored rectangular stamp or watermark.

Gabriella Cindy

**UPAYA OPTIMALISASI KINERJA DIGITAL MARKETING
MELALUI PENGEMBANGAN KONTEN MEDIA SOSIAL DI PT
ALFASCALE INDONESIA**

Gabriella Cindy Irawan

ABSTRAK

Strategi pemasaran digital menjadi kunci utama dalam membangun visibilitas dan daya saing perusahaan, termasuk bagi PT Alfascale Indonesia yang bergerak di bidang penyediaan alat ukur laboratorium dan industri. Salah satu fokus utama dalam optimalisasi pemasaran digital perusahaan adalah pengembangan konten media sosial yang informatif, menarik, dan konsisten. Selama program pengembangan ini, telah diproduksi lebih dari 60 konten visual seputar spesifikasi produk, keunggulan alat, dan edukasi penggunaan yang diunggah secara berkala di seluruh platform media sosial perusahaan. Penambahan elemen identitas visual seperti watermark serta penggunaan template desain seragam berhasil meningkatkan konsistensi brand dan profesionalisme tampilan konten.

Peningkatan juga dilakukan dalam proses penjadwalan konten, penyusunan katalog produk, dan desain promosi event, yang seluruhnya mengarah pada penerapan komunikasi pemasaran yang lebih terintegrasi. Penanganan leads dari media sosial, email, dan WhatsApp dilakukan. Kegiatan ini dilaksanakan dalam rangka mendukung efektivitas pemasaran global perusahaan dan menyelaraskan strategi digital dengan identitas merek OHAUS sebagai brand internasional.

Magang ini dilaksanakan selama lima bulan di PT Alfascale Indonesia. Penulis terlibat sebagai *Staff Marketing Intern* dan berkontribusi langsung dalam pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran digital perusahaan.

Kata kunci: pemasaran digital, konten media sosial, *branding*

***EFFORTS TO OPTIMIZE DIGITAL MARKETING PERFORMANCE
THROUGH SOCIAL MEDIA CONTENT DEVELOPMENT AT PT
ALFASCALE INDONESIA***

(Gabriella Cindy Irawan)

ABSTRACT (English)

Digital marketing strategy has become a key factor in building a company's visibility and competitiveness, including for PT Alfascale Indonesia, which operates in the field of laboratory and industrial measuring instruments. One of the main focuses in optimizing the company's digital marketing efforts is the development of informative, engaging, and consistent social media content. Throughout the content development program, more than 60 visual materials were produced, covering product specifications, key features, and usage education, and were regularly published across the company's social media platforms. The addition of visual identity elements such as watermarks and the use of uniform design templates successfully enhanced brand consistency and content professionalism.

Further improvements were also made in content scheduling, product catalogue development, and promotional event design, all of which support the implementation of a more integrated marketing communication strategy. Lead management was also carried out through social media, email, and WhatsApp. These activities were conducted to support the effectiveness of the company's global marketing and align its digital strategy with the international brand identity of OHAUS.

This internship was carried out over a period of five months at PT Alfascale Indonesia. The author served as a Staff Marketing Intern and contributed directly to the execution of the company's digital marketing communication strategy.

Keywords: *digital marketing, media social content, branding*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	2
HALAMAN PERSETUJUAN.....	3
HALAMAN PENGESAHAN.....	4
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	5
KATA PENGANTAR.....	6
ABSTRAK.....	8
ABSTRACT (English).....	9
DAFTAR ISI.....	10
DAFTAR TABEL.....	12
DAFTAR GAMBAR.....	12
DAFTAR LAMPIRAN.....	12
BAB I	
PENDAHULUAN.....	13
1.1. Latar Belakang.....	13
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....	16
1.2.1 Maksud Kerja Magang.....	16
1.2.2 Tujuan Kerja Magang.....	16
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	17
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang.....	17
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	18
BAB II	
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	20
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	20
2.1.1 Visi Misi.....	21
2.1.1.1 Visi Perusahaan.....	21
2.1.1.2 Misi Perusahaan.....	22
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	22
2.3 Validasi Model Bisnis.....	24
BAB III	
PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....	28
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	28
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	29
3.2.1 Tugas Utama.....	32
3.2.2 Tugas Tambahan.....	43
3.3 Kendala yang Ditemukan.....	48

3.4 Pemecahan Masalah atas Kendala yang Dihadapi.....	49
3.5 Etika Bisnis.....	50
BAB IV	
SIMPULAN DAN SARAN.....	52
4.1 Simpulan.....	52
4.2 Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA.....	56
LAMPIRAN.....	57

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Data Kantor Cabang PT. ASI	21
Tabel 3.1 Uraian Pekerjaan Utama	29
Tabel 3.2 Uraian Pekerjaan Tambahan	31

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia tahun 2021	13
Gambar 2.1 Logo Perusahaan	20
Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT. ASI	22
Gambar 3.1 Struktur Kedudukan Koordinasi PT ASI	28
Gambar 3.2 Konten yang telah dipublikasikan di Instagram	33
Gambar 3.3 Banner Backdrop	34
Gambar 3.4 Desain Undangan Seminar	35
Gambar 3.5 Desain Mockup Booth	35
Gambar 3.6 Mockup Desain Seragam Lapangan Alfascale	36
Gambar 3.7 Desain Cover Book	37
Gambar 3.8 Jadwal Posting Sosial Media	38
Gambar 3.9 Proses Diskusi dengan Vendor terkait Produk	40
Gambar 3.10 Contoh Diskusi dengan Leads	41
Gambar 3.11 General Catalogue yang Dibuat oleh Penulis dan Supervisor	42
Gambar 3.12 Folder File Sharing Intersite	43
Gambar 3.13 Buku Serah Terima BAP	44
Gambar 3.14 Bukti Pembelian Gimmick Marketing	45
Gambar 3.15 Hampers yang dibeli untuk Dealer	46
Gambar 3.16 Hasil dari Training	47

DAFTAR LAMPIRAN

Surat Pengantar MBKM - MBKM 01	57
Kartu MBKM - MBKM 02	58
Daily Task MBKM - MBKM 03	59
Lembar Verifikasi Laporan MBKM - MBKM 04	77
Surat Penerimaan MBKM (LoA)	78
Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin	79
Dokumentasi selama Kegiatan Magang	81