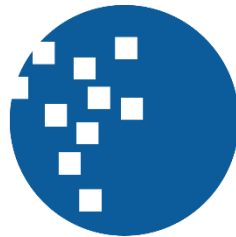


**PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMBANGUN
KESADARAN MEREK DAN MENINGKATKAN PENJUALAN
DI PT LINEZON DIGITAL INDONESIA**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

MUCHACA DE SARTIKA

00000069572

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

**PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMBANGUN
KESADARAN MEREK DAN MENINGKATKAN PENJUALAN
DI PT LINEZON DIGITAL INDONESIA**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Muchaca De Sartika

00000069572

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

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Muchaca De Sartika

Nomor Induk Mahasiswa : 00000069572

Program Studi : Manajemen

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMBANGUN KESADARAN MEREK DAN MENINGKATKAN PENJUALAN DI PT LINEZON DIGITAL 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, 2 Juni 2025



(Muchaca De Sartika)

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan MBKM dengan judul

PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMBANGUN KESADARAN MEREK
DAN MENINGKATKAN PENJUALAN DI PT LINEZON DIGITAL
INDONESIA

Oleh

Nama : Muchaca De Sartika
NIM : 00000069572
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Laporan MBKM Universitas Multimedia Nusantara

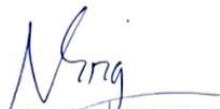
Tangerang, 2 Juni 2025

Dosen Pembimbing



Yoanita Alexandra, S.E, B.A, M.Pa
NIDN: 0313089201

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.BO.
NIDN : 0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul
PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMBANGUN KESADARAN MEREK
DAN MENINGKATKAN PENJUALAN DI PT LINEZON DIGITAL
INDONESIA

Oleh

Nama : Muchaca De Sartika

NIM : 00000069572

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Senin, 9 Juni 2025

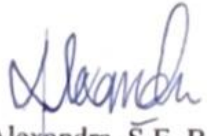
Pukul 14.00 s/d 15.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

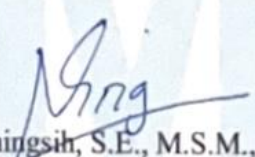
Pembimbing

Penguji


Yoanita Alexandra, S.E, B.A, M.Par
NIDN: 0313089201


Kanon Mommsen Wongkar, S.H., M.H.
NIDN: 0301078204

Ketua Program Studi Manajemen


Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O.,
NIDN: 0323047801

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Muchaca De Sartika

NIM : 00000069572

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Jenis Karya : 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:

PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMBANGUN KESADARAN MEREK DAN MENINGKATKAN PENJUALAN DI PT LINEZON DIGITAL 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, 2 Juni 2025

Yang menyatakan,



(Muchaca De Sartika)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat, serta penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan program MBKM dan menyusun laporan kerja magang ini dengan judul “Peran Media Sosial dalam Membangun Kesadaran Merek dan Meningkatkan Penjualan di PT Linezon Digital Indonesia” sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Multimedia Nusantara.

Melalui penulisan laporan magang ini, penulis memperoleh pengalaman baru dalam dunia kerja nyata yang berkaitan erat dengan materi pembelajaran selama menempuh pendidikan di Program Studi Manajemen, khususnya pada peminatan Marketing Management. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak selama masa perkuliahan hingga proses penyusunan laporan ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan laporan kerja magang ini. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Andrey Andoko, 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. Yoanita Alexandra, S.E, B.A, M.Par, sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Muhamad Noval Firmansyah, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.

6. Kepada Perusahaan PT Linezon Digital Indonesia yang telah memberi kesempatan untuk belajar mengenai dunia kerja.
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.
8. Teman-teman kuliah yang banyak membantu dan mendukung saya dalam menyelesaikan laporan hingga akhir.
9. Teman-teman di kantor yang memberikan semangat, menghibur, dan membimbing penulis selama masa kerja magang.

Penulis berharap laporan magang ini dapat menjadi referensi dan motivasi, serta menjadi inspirasi bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara di masa mendatang.

Tangerang, 2 Juni 2025



(Muchaca De Sartika)



PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MEMBANGUN KESADARAN MEREK DAN MENINGKATKAN PENJUALAN DI PT LINEZON DIGITAL INDONESIA

(Muchaca De Sartika)

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang sangat cepat, menumbuhkan bisnis-bisnis baru yang beroperasi secara daring. PT Linezon Digital Indonesia merupakan salah satu contoh bisnis yang memanfaatkan teknologi, khususnya marketplace dan media sosial sebagai tempat jual-beli barang. Perusahaan ini berada di bidang retail yang menjual produk-produk rumah tangga, terutama alat pel dan lakban. Sebagai perusahaan yang bergerak pada bidang B2C, PT Linezon Digital Indonesia menyadari pentingnya media sosial dalam menyebarkan atau membangun brand awareness dan yang pada akhirnya berakhir pada penjualan. Dalam mengelola media sosial, maka dibutuhkan komunitas kreatif media sosial yang di dalamnya terdapat content creator. Penulis mengikuti kerja praktik magang sebagai social media intern sekaligus content creator di divisi kreatif PT Linezon Digital Indonesia. Penulis tertarik untuk menjalankan kerja magang di PT Linezon Digital Indonesia karna dapat memahami praktik bisnis yang memperdagangkan barangnya secara online dan menganggap media sosial penting untuk perusahaan. Penulis diberi tanggung jawab untuk membuat konten video pendek di media sosial. Melalui kerja magang ini, penulis tidak hanya mendapatkan technical skills seperti menyunting video dan analisis media sosial, tetapi juga mendapatkan soft skills seperti komunikasi, manajemen waktu, dan keterampilan untuk beradaptasi. Laporan ini akan meliputi kegiatan keseluruhan proses masa kerja magang penulis di TikTok dan Instagram milik PT Linezon Digital Indonesia. Termasuk tahap pembuatan konten video, tipe konten yang dibuat, kendala yang dialami, serta solusi dari kendala tersebut.

Kata kunci: Magang, *Content Creator*, Media Sosial, PT Linezon Digital Indonesia

**THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN BUILDING BRAND
AWARENESS AND INCREASING SALES AT PT LINEZON**

DIGITAL INDONESIA

(Muchaca De Sartika)

ABSTRACT (English)

The development of technology is speedy, growing new businesses that operate online. PT Linezon Digital Indonesia is one example of a business that utilizes technology, especially marketplaces and social media, as a place to buy and sell goods. The company is in the retail sector that sells household products, especially mops and adhesive tape. As a company engaged in the B2C field, PT Linezon Digital Indonesia realizes the importance of social media in spreading or building brand awareness and which ultimately ends in sales. In managing social media, a social media creative community is needed in which there are content creators. The author participated in an internship as a social media intern and content creator in the creative division of PT Linezon Digital Indonesia. The author is interested in carrying out an internship at PT Linezon Digital Indonesia because he can understand business practices that trade their goods online and consider social media important for the company. The author was given the responsibility to create short video content on Social Media. Through this internship, the author not only gained technical skills such as video editing and social media analysis but also gained soft skills such as communication, time management, and adaptability. This report will cover the activities of the author's entire internship process at TikTok and Instagram, owned by PT Linezon Digital Indonesia. Including the stage of creating video content, the type of content created, the obstacles experienced, and the solutions to these obstacles.

Keywords: *Internship, Content Creator, Social Media, PT Linezon Digital Indonesia*

DAFTAR ISI

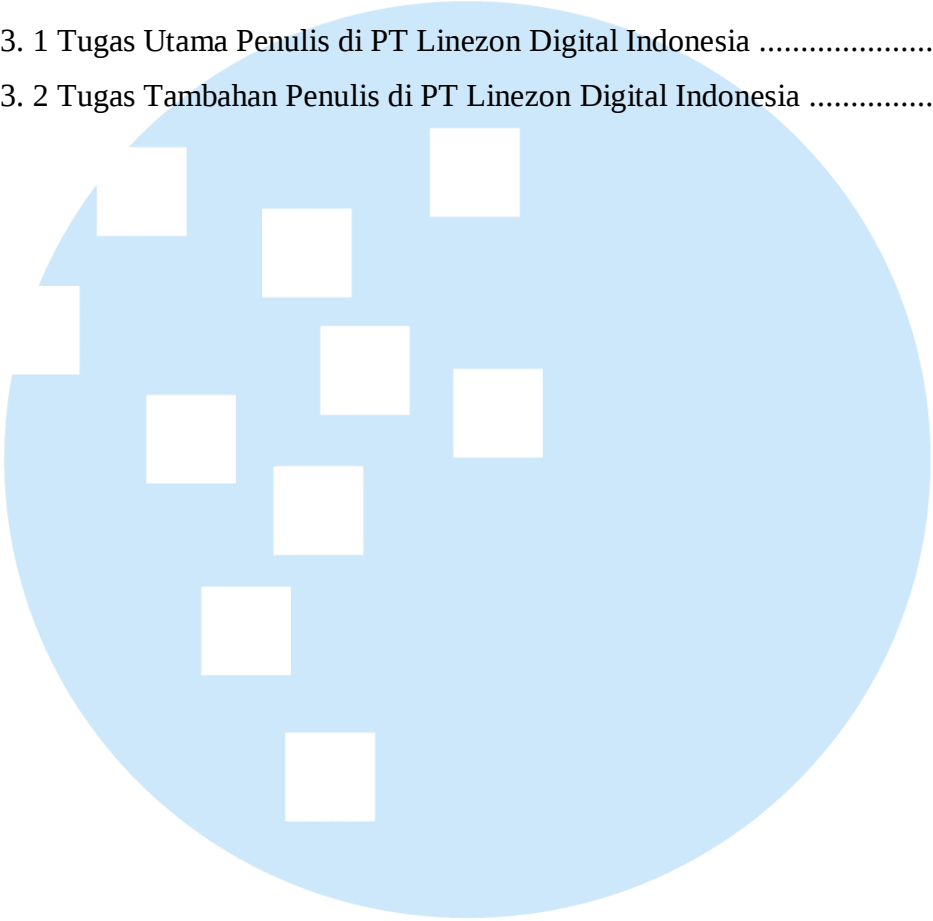
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT (English)	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang	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	6
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	6
2.1.1 Visi Misi	8
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	8
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	11
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	11
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	12
3.2.1 Mencari Referensi Ide Konten	14
3.2.2 Membuat Konten Video Soft Selling (konten hiburan)	15
3.2.3 Membuat Konten Video Edukasi	16

3.2.4 Membuat Konten Video Hard Selling	17
3.2.5 Melakukan Pengambilan Konten Video	18
3.2.6 Sunting Video.....	18
3.2.7 Memberikan Hasil Edit Video pada Supervisor dan Ketua Tim Creative	19
3.2.8 Menjadwalkan Konten.....	20
3.2.9 Mengerjakan Konten Instagram Story.....	21
3.2.10 Talent Iklan Berbayar	22
3.3 Kendala yang Ditemukan.....	23
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	24
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	26
4.1 Simpulan	26
4.2 Saran	27
DAFTAR PUSTAKA	29
LAMPIRAN	30

UMN

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Tugas Utama Penulis di PT Linezon Digital Indonesia	13
Tabel 3. 2 Tugas Tambahan Penulis di PT Linezon Digital Indonesia	14



UMN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo Perusahaan.....	6
Gambar 2. 2 Produk PT Linezon Digital Indonesia	7
Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	8
Gambar 3. 1 Koordinasi	12
Gambar 3. 2 Referensi Konten	14
Gambar 3. 3 Konten Soft Selling.....	15
Gambar 3. 4 Laporan Penjualan Februari	16
Gambar 3. 5 Konten Edukasi	16
Gambar 3. 6 Konten Hard Selling	17
Gambar 3. 7 Pengambilan Video.....	18
Gambar 3. 8 Sunting Video	18
Gambar 3. 9 Pemeriksaan Konten	19
Gambar 3. 10 Penjadwalan Konten Video	20
Gambar 3. 11 Konten Instagram Story	21
Gambar 3. 12 Talent	22

UMN

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Surat Pengantar MBKM - MBKM 01.....	30
Lampiran B. Kartu MBKM - MBKM 02.....	30
Lampiran C. Daily Task MBKM - MBKM 03.....	30
Lampiran D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM - MBKM 04	30
Lampiran E. Surat Penerimaan MBKM (LoA)	30
Lampiran F. Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin	30

UMN