

**PERAN CHIEF MARKETING OFFICER DALAM
PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK PEMASARAN
UMKM (USAHA MIKRO KECIL MENENGAH) GOBALL**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

LICELLA GRACE HALIM

00000072215

UMN

UNIVERSITAS
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025

**PERAN CHIEF MARKETING OFFICER DALAM
PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK PEMASARAN
UMKM (USAHA MIKRO KECIL MENENGAH) GOBALL**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu
Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

LICELLA GRACE HALIM

00000072215

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

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Licella Grace Halim

NIM : 00000072215

Program studi : Manajemen

Laporan Magang dengan judul:

PERAN CHIEF MARKETING OFFICER DALAM PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK PEMASARAN UMKM (USAHA MIKRO KECIL MENENGAH) GOBALL

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 magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 27 Mei 2025



Licella Grace Halim

UMM
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan Magang dengan judul

PERAN CHIEF MARKETING OFFICER DALAM PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK PEMASARAN UMKM (USAHA MIKRO KECIL MENENGAH) GOBALL

Oleh

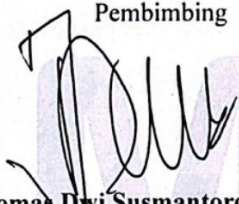
Nama : Licella Grace Halim
NIM : 00000072215
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 27 Mei 2025

Pembimbing


Thomas Dwi Susmanto, S.T., M.S.M.
NIDN: 0306037103

Ketua Program Studi Manajemen


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

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul

PERAN CHIEF MARKETING OFFICER DALAM PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK PEMASARAN UMKM (USAHA MIKRO KECIL MENENGAH) GOBALL

Oleh

Nama : Licella Grace Halim

NIM : 00000072215

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Kamis, 12 Juni 2025

Pukul 11.00 s.d 12.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing

Thomas Dwi Susmanto, S.T., M.S.M

NIDN: 0306037103

Penguji

Putu Yani Pratiwi, S.T., M.M.

NIDN: 0314018302

Ketua Program Studi Manajemen

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

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 : Licella Grace Halim

NIM : 00000072215

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Jenis Karya : Laporan Magang

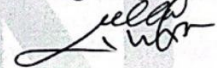
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PERAN CHIEF MARKETING OFFICER DALAM PEMANFAATAN
MEDIA SOSIAL UNTUK PEMASARAN UMKM (USAHA MIKRO KECIL
MENENGAH) GOBALL**

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.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 27 Mei 2025
Yang menyatakan,



Licella Grace Halim

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

KATA PENGANTAR

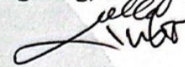
Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan laporan magang/skripsi ini dengan judul: “Peran *Chief Marketing Officer* dalam Pemanfaatan Media Sosial Untuk Pemasaran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) GoBall” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Jurusan Manajemen Pada Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi 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. Ibu Dr. Florentina Kurniasari T, S.Sos,M.B.A., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih, S.E.,M.S.M.,C.B.O., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Thomas Dwi Susmantor, S.T., M.S.M., sebagai Pembimbing pertama yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Kak Michelle Greysianti, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah dengan sabar banyak membantu dan memberikan bimbingan, arahan, serta dukungan selama proses magang berlangsung, sehingga tesis ini terselesaikan.
6. Kepada Perusahaan Skystar Ventures selaku inkubator bisnis yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas untuk belajar dan mengembangkan bisnis GoBall.
7. Orang Tua, keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
8. Tim GoBall, sebagai tim yang mengembangkan usaha bersama dan dapat bekerja sama dengan baik selama kegiatan magang.
9. Kepada teman-teman yang telah memberikan ide, semangat, serta bantuan selama proses magang dan penyusunan tesis ini.
10. Kepada seluruh pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama proses penyusunan tesis ini.

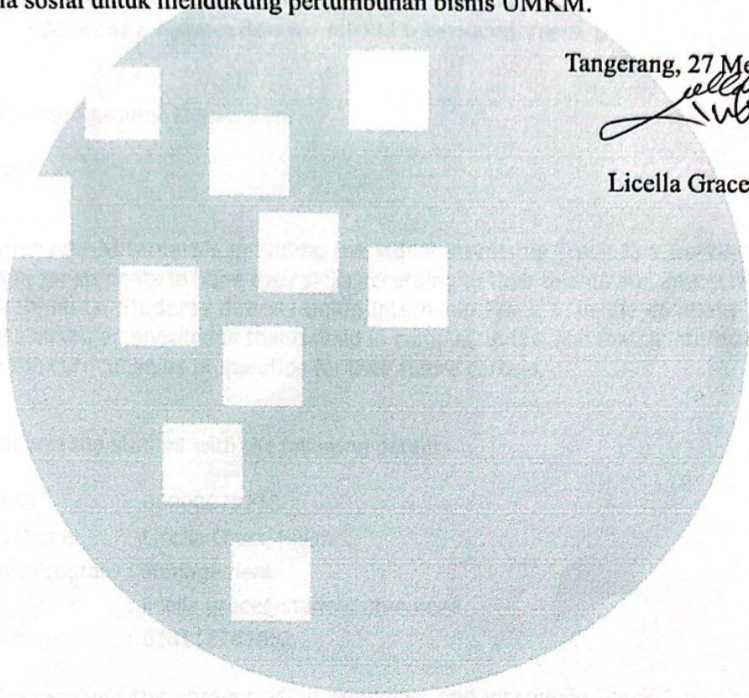
Semoga laporan magang dengan judul “Peran *Chief Marketing Officer* Dalam Pemanfaatan Media Sosial Untuk Pemasaran UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) GoBall” ini bermanfaat, baik sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi, bagi para pembaca. Selain itu, penulis berharap laporan ini dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan yang bermanfaat bagi GoBall dalam

meningkatkan efektivitas strategi pemasarannya, khususnya dalam pemanfaatan media sosial untuk mendukung pertumbuhan bisnis UMKM.

Tangerang, 27 Mei 2025



Licella Grace Halim



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERAN CHIEF MARKETING OFFICER DALAM PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK PEMASARAN UMKM (USAHA MIKRO KECIL MENENGAH) GOBALL

Licella Grace Halim

ABSTRAK

Peranan *Chief Marketing Officer* (CMO) pada *startup* GoBall, yang bergerak di bidang F&B berupa makanan praktis, memberikan pengalaman dalam pengelolaan strategi pemasaran digital. GoBall memasarkan produk *riceball* dengan konsep praktis dan mudah dibawa, dengan menggunakan platform media sosial Instagram dan TikTok sebagai media promosi utama untuk meningkatkan *brand awareness*. Dalam pelaksanaan proses magang, penulis bertanggung jawab atas perencanaan konten, pembuatan materi promosi, serta analisis performa konten guna meningkatkan interaksi dan keterlibatan audiens. Hasil implementasi strategi pemasaran digital ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam jumlah pengikut serta tingkat interaksi pada media sosial, yang berkontribusi terhadap perkembangan bisnis. Penulis juga memperoleh pemahaman mengenai pentingnya kerja sama tim, pengelolaan waktu yang efektif, serta adaptasi terhadap berbagai kendala seperti keterbatasan anggaran dalam promosi berbayar dan *update* perubahan pada platform digital. Pengalaman magang ini membantu penulis dalam meningkatkan kemampuan dalam pemasaran digital, yang bermanfaat untuk mendukung karier penulis di masa depan.

Kata Kunci: GoBall, Pemasaran Digital, *Brand Awareness*, *Startup*, Media Sosial



THE ROLE OF THE CHIEF MARKETING OFFICER IN UTILIZING SOCIAL MEDIA FOR MARKETING OF UMKM (MICRO, SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES) GOBALL

Licella Grace Halim

ABSTRACT

The role of the Chief Marketing Officer (CMO) at the startup GoBall, which operates in the F&B sector offering practical food products, provided hands-on experience in managing digital marketing strategies. GoBall promotes riceball products with a practical and portable concept by using Instagram and TikTok as the main promotional platforms to increase brand awareness. During the internship process, the author was responsible for content planning, creating promotional materials, and analyzing content performance to enhance audience interaction and engagement. The implementation of these digital marketing strategies showed a significant increase in the number of followers and interaction rates on social media, contributing to the growth of the business. The author also gained an understanding of the importance of teamwork, effective time management, and adaptation to various challenges, such as limited budgets for paid promotions and updates in digital platform layouts. This internship experience helped the author improve skills in digital marketing, which will be valuable in supporting future career development.

Keywords: GoBall, Digital Marketing, Brand Awareness, Startup, Social Media

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

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.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....	5
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	6
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang.....	6
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	6
BAB II	
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	8
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	8
2.1.1 Visi Misi.....	12
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	13
BAB III	
PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....	17
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	17
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	20
3.2.1 Tugas yang Dilakukan.....	20
3.2.2 Uraian Kerja Magang.....	22
3.3 Kendala yang Ditemukan.....	50
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	51
BAB IV	
SIMPULAN DAN SARAN.....	53
4.1 Simpulan.....	53
4.2 Saran.....	54
4.2.1. Perusahaan.....	54

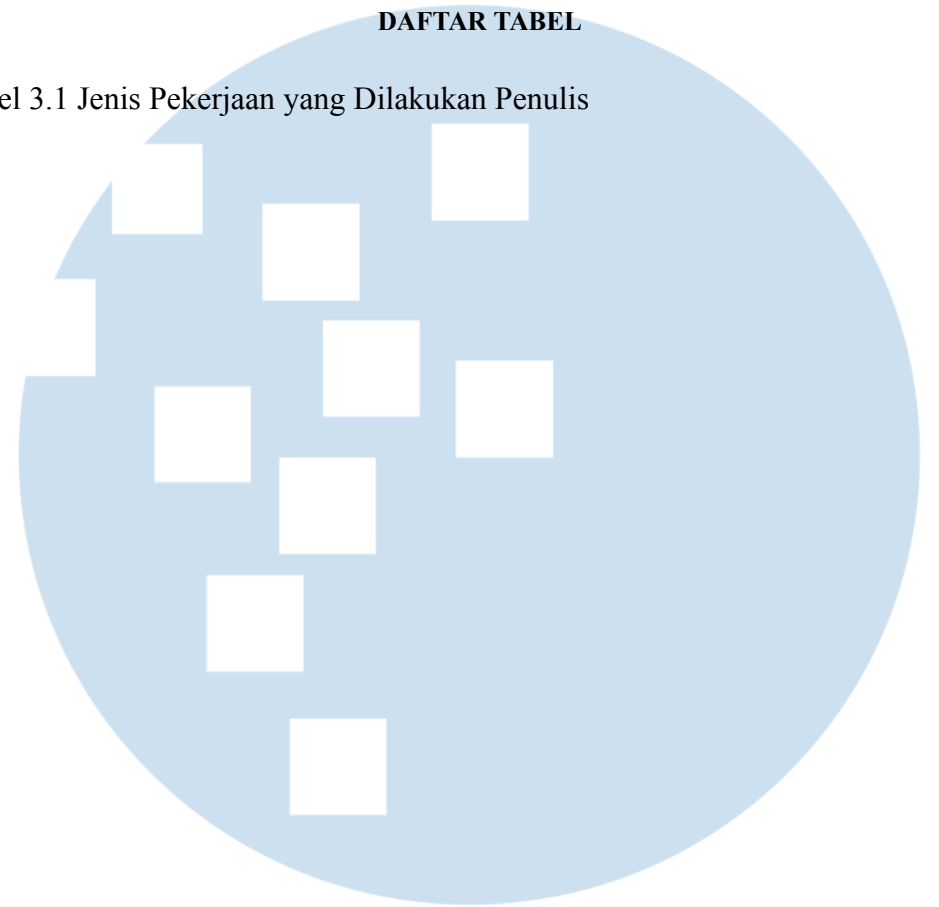
4.2.2. Universitas.....	55
4.2.3. Mahasiswa yang Akan Magang.....	55
DAFTAR PUSTAKA.....	56
DAFTAR LAMPIRAN.....	57
A. Surat Pengantar MBKM 01.....	57
B. Kartu MBKM 02.....	58
C. Daily Task MBKM 03.....	59
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM 04.....	76
E. Lampiran pengecekan hasil Turnitin.....	77
F. Foto-foto Selama Proses Kerja Magang.....	80



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jenis Pekerjaan yang Dilakukan Penulis

33



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 2.1 Logo Skystar Ventures
Gambar 2.2 Partner Skystar
Gambar 2.3 Logo GoBall
Gambar 2.4 Varian Rasa GoBall
Gambar 2.5 Struktur Organisasi Perusahaan Skystar Ventures
Gambar 2.6 Struktur Organisasi GoBall
Gambar 3.1 Kedudukan Struktur Organisasi Skystar dengan GoBall
Gambar 3.2 Peta Kompetisi
Gambar 3.3 Market Validation
Gambar 3.4 Kumpulan PPT Pitch Deck
Gambar 3.5 Brainstorming GoBall Moodboard
Gambar 3.6 Hasil Logo GoBall
Gambar 3.7 Contoh Content Planning
Gambar 3.8 Proses Photoshoot Produk GoBall
Gambar 3.9 Proses Mengedit Konten
Gambar 3.10 Hasil Kerjasama Photoshoot Produk dengan Fotografer
Gambar 3.11 Contoh Caption Instagram yang Bersifat Informatif
Gambar 3.12 Contoh Konten Story yang Bersifat Interaktif
Gambar 3.13 Mengunggah Konten di Instagram dan TikTok
Gambar 3.14 Postingan Row 1 Feeds Instagram
Gambar 3.15 Postingan Row 2 Feeds Instagram
Gambar 3.16 Postingan Row 3 Feeds Instagram
Gambar 3.17 Postingan Row 4 Feeds Instagram
Gambar 3.18 Kumpulan Konten Reels Instagram
Gambar 3.19 Contoh Konten Interaktif Stories Instagram
Gambar 3.20 Contoh Salah Satu Konten di TikTok
Gambar 3.21 Insight Instagram GoBall
Gambar 3.22 Insight Reels Konten Coming Soon
Gambar 3.23 Key Metrics Akun TikTok GoBall
Gambar 3.24 Analisis Konten Slide Photos
Gambar 3.25 *Open Booth GoBall*

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