

**IMPLEMENTASI STRATEGI KONTEN DIGITAL MELALUI
PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL DESIGNED FOR LIFE DI
VIVERE GROUP**



LAPORAN MAGANG

Bimo Pamungkas Putro
00000073535

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

**IMPLEMENTASI STRATEGI KONTEN DIGITAL MELALUI
PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL DESIGNED FOR LIFE DI
VIVERE GROUP**



LAPORAN MAGANG

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Bimo Pamungkas Putro

00000073535

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

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Bimo Pamungkas
Nomor Induk Mahasiswa : 00000073535
Program Studi : Manajemen
Jenjang : S1

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Laporan Magang saya yang berjudul:
**IMPLEMENTASI STRATEGI KONTEN DIGITAL MELALUI
PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL DESIGNED FOR LIFE DI VIVERE
GROUP**

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula
dituliskan oleh orang lain. Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah
saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian daftar pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan penyimpangan dan penyalahgunaan
dalam pelaksanaan magang maupun dalam penulisan laporan magang, saya
bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan **TIDAK LULUS**. Saya juga
bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak
plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab
Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 2 Juni 2025



(Bimo Pamungkas)

N U S A N T A R A

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan Magang dengan judul:

**IMPLEMENTASI STRATEGI KONTEN DIGITAL MELALUI PENGELOLAAN
MEDIA SOSIAL DESIGNED FOR LIFE DI VIVERE GROUP**

Oleh:

Nama : Bimo Pamungkas
Nomor Induk Mahasiswa : 00000073535
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Magang Universitas Multimedia Nusantara
Tangerang,

Pembimbing

Ketua Program Studi Manajemen



27/05/2025

(Ir. D. Wim Prihanto, M.M.)

NIDN : 0312126610



(Purnamaningsih, SE., M.S.M.)
NIDN : 0323047801

... - - - - -
N U S A N T A R A

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul

IMPLEMENTASI STRATEGI KONTEN DIGITAL MELALUI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL DESIGNED FOR LIFE DI VIVERE GROUP

Oleh

Nama Lengkap : Bimo Pamungkas
Nomor Induk Mahasiswa : 00000073535
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Rabu, 4 Juni 2025
Pukul 10.00 s.d. 11.00 WIB dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing

Penguji



09/06/2025

Ir. D. Wim Prihanto, M.M.
NIDN : 0312126610



Helena Dewi, S.E., M.S.M
NIDN : 0310098303

Ketua Program Studi Manajemen



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

N U S A N T A R A

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Bimo Pamungkas
Nomor Induk Mahasiswa : 00000073535
Program Studi : Manajemen
Jenjang : S1
Jenis Karya : Laporan Magang
Judul Karya Ilmiah : **IMPLEMENTASI STRATEGI KONTEN
DIGITAL MELALUI PENGELOLAAN MEDIA
SOSIAL DESIGNED FOR LIFE DI VIVERE
GROUP**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia (pilih salah satu):

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk memublikasikan hasil laporan magang saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh civitas academica UMN/ publik. Saya menyatakan bahwa laporan magang yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia memublikasikan hasil laporan magang ini ke dalam repositori Knowledge Center karena ada data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
- ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara.
 - ☐ Embargo publikasi laporan magang dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 2 Juni 2025


(Bimo Pamungkas)

M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan magang dengan judul **"Implementasi Strategi Konten Digital melalui Pengelolaan Media Sosial Designed for Life di VIVERE Group."** Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen, Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis, Universitas Multimedia Nusantara. Penulis menyadari bahwa penyusunan laporan ini tidak terlepas dari dukungan dan bimbingan berbagai pihak, baik selama masa perkuliahan maupun selama pelaksanaan program magang. Tanpa bantuan tersebut, penyusunan laporan ini tentu tidak akan berjalan dengan lancar. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa.
2. Dr. Andrey Andoko, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
3. Prof. Ibu Dr. Florentina Kurniasari, T., S. Sos., MBA., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.SM., C.B.O., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
5. VIVERE Group, selaku perusahaan yang telah memberikan kesempatan magang.
6. Kak Kevin Rafali, selaku Supervisor yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya magang ini.
7. Ir. D. Wim Prihanto, M.M., selaku Advisor yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya magang ini.
8. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan magang ini.
9. Bu Vania, Kak Iqbal, Kak Nadia, Kak Natasha, Joy, dan Kathleen, selaku tim Marketing Corporate VIVERE Group.

10. Nabila Ramadhan, selaku pasangan yang selalu berada di sisi saya sampai laporan ini selesai.

Sebagai bagian penutup, penulis berharap bahwa pelaksanaan program magang serta penyusunan laporan ini telah menjadi pengalaman yang kaya dan bermanfaat. Penulis juga berharap laporan ini dapat memberikan nilai tambah bagi para pembaca, khususnya dalam memahami praktik langsung di dunia profesional.

Tangerang, 2 Juni 2025



(Bimo Pamungkas)



IMPLEMENTASI STRATEGI KONTEN DIGITAL MELALUI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL DESIGNED FOR LIFE DI VIVERE GROUP

(Bimo Pamungkas)

ABSTRAK

Kegiatan magang ini dilaksanakan di VIVERE Group pada divisi Corporate Marketing, dengan tujuan untuk memperoleh pengalaman kerja langsung di bidang pemasaran korporat, khususnya dalam industri interior. Selama magang, penulis berkontribusi dalam proyek sosial media DFL (Designed for Life) yang berfokus pada penyampaian informasi proyek-proyek desain interior milik perusahaan melalui platform Instagram dan TikTok. Penulis tidak hanya mengikuti format konten yang sudah ditetapkan, tetapi juga mengajukan strategi baru berupa kombinasi antara *photo carousel* dan *video reels* untuk meningkatkan variasi dan *engagement* konten. Strategi ini disetujui oleh tim dan akan digunakan untuk proyek selanjutnya. Meskipun hasil pengukuran data kuantitatif seperti *engagement rate* belum dapat dilaporkan karena konten baru akan dipublikasikan pada pertengahan Juni 2025, kegiatan magang ini memberikan kontribusi nyata dalam bentuk ide strategis, serta memperkaya pengalaman penulis dalam dunia kerja profesional.

Kata kunci: Magang, Corporate Marketing, VIVERE Group, Pemasaran Digital, Desain Interior

IMPLEMENTATION OF DIGITAL CONTENT STRATEGY THROUGH SOCIAL MEDIA MANAGEMENT OF DESIGNED FOR LIFE AT VIVERE GROUP

(Bimo Pamungkas)

ABSTRACT

This internship was carried out at VIVERE Group under the Corporate Marketing division, with the aim of gaining hands-on experience in corporate marketing, particularly within the interior design industry. During the internship, the author contributed to the DFL (Designed for Life) social media project, which focuses on delivering information about the company's interior design projects through Instagram and TikTok platforms. The author not only followed the existing content format but also proposed a new strategy that combined photo carousels and video reels to increase content variety and engagement. This strategy was approved by the team and will be applied in future projects. Although quantitative data such as engagement rate cannot yet be reported since the content will begin publishing in mid-June 2025, this internship has provided real contributions in the form of strategic ideas and has enriched the author's experience in a professional work environment.

Keywords: *Internship, Corporate Marketing, VIVERE Group, Digital Marketing, Interior Design*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Magang.....	4
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Magang	5
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Magang	5
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Magang.....	6
1.3.2.1 Pengajuan Tempat Magang Melalui Daftar Email.....	6
1.3.2.2 Seleksi Wawancara.....	6
1.3.2.3 Penerimaan Magang.....	6
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	7
2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan.....	7
2.1.1 Profil Perusahaan	7
2.1.2 Sejarah Perusahaan.....	8
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	9
BAB III PELAKSANAAN MAGANG	11
3.1 Kedudukan dan Koordinasi Pelaksanaan Magang.....	11
3.1.1 Koordinasi Pelaksanaan Magang	11
3.2 Tugas yang Dilakukan.....	13

3.3 Uraian Pelaksanaan Magang	14
3.3.1 Proses Pelaksanaan Tugas Utama Magang	14
3.3.1.1 Marketing Plan Article Web	14
3.3.2 Proses Pelaksanaan Tugas Tambahan Magang	22
3.3.2.1 Proyek GGS Townhall 2025	22
3.3.2.2 Proyek Dokumentasi Acara Pelatihan VIVERE Group	27
3.3.2.3 Proyek Photoshoot ID Card	32
3.3.2.4 Proyek Marketing Plan Social Media DFL	35
3.4 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Magang	37
3.4.1 Kendala Pelaksanaan Magang	37
3.4.2 Solusi Pelaksanaan Magang	38
3.5 Laporan Utama	39
3.5.1 Penjelasan Proyek dan Targetnya	40
3.5.2 Kondisi Kinerja Sebelumnya	41
3.5.3 Tindakan yang Dilakukan	42
3.5.4 Hasil dan Evaluasi	44
BAB IV PENUTUP	46
4.1 Simpulan	46
4.2 Saran	47
DAFTAR PUSTAKA	xiv



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo VIVERE Group.....	7
Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi Perusahaan VIVERE Group	10
Gambar 3.1 Alur Koordinasi Corporate Marketing.....	11
Gambar 3.2 PPT Marketing Plan VIVERE Group 2025.....	14
Gambar 3.3 Editorial Plan Brain Dump/Content Ideas.....	15
Gambar 3.4 Calendar Editorial Plan.....	16
Gambar 3.5 Draft Artikel VIVERE Group.....	17
Gambar 3.6 Website VIVERE Group.....	19
Gambar 3.7 Website VIVERE Group.....	19
Gambar 3.8 Website VIVERE Group.....	20
Gambar 3.9 Website VIVERE Group.....	20
Gambar 3.10 Website VIVERE Group.....	21
Gambar 3.11 Website VIVERE Group.....	21
Gambar 3.12 Dokumentasi GGS Townhall 2025.....	22
Gambar 3.13 Backdrop Utama.....	22
Gambar 3.14 Invitation Card.....	24
Gambar 3.15 Background Awarding.....	24
Gambar 3.16 Dokumentasi hari-H GGS Townhall 2025.....	25
Gambar 3.17 Dokumentasi hari-H GGS Townhall 2025.....	25
Gambar 3.18 Lampiran Hasil Dokumentasi.....	26
Gambar 3.19 Dokumentasi hari-H GGS Townhall 2025.....	27

Gambar 3.20 Dokumentasi hari-H GGS Townhall 2025.....	27
Gambar 3.21 Dokumentasi hari-H Acara Pelatihan VIVERE Group.....	28
Gambar 3.22 Dokumentasi hari-H Acara Pelatihan VIVERE Group.....	29
Gambar 3.23 Dokumentasi hari-H Acara Pelatihan VIVERE Group.....	30
Gambar 3.24 Lampiran Hasil Dokumentasi.....	30
Gambar 3.25 Dokumentasi hari-H Acara Pelatihan VIVERE Group.....	31
Gambar 3.26 Dokumentasi hari-H Acara Pelatihan VIVERE Group.....	31
Gambar 3.27 Dokumentasi hari-H Acara Pelatihan VIVERE Group.....	32
Gambar 3.28 Persiapan Photoshoot ID Card.....	33
Gambar 3.29 Pengambilan Foto ID Card.....	33
Gambar 3.30 Lampiran Editing ID Card.....	34
Gambar 3.31 Weekly Meeting Membahas DFL.....	35
Gambar 3.32 PPT Strategy Plan DFL.....	35
Gambar 3.33 Editorial Plan DFL 2025 Bulan Mei.....	36
Gambar 3.34 Logo Primary DFL.....	40
Gambar 3.35 Strategi Awal Konten Sosial Media DFL.....	42
Gambar 3.36 Hasil Project Improvement Media Sosial DFL.....	43
Gambar 3.37 Gambaran Hasil Akhir Sosial Media DFL.....	45

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang.....	13
--	----



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran MBKM 01	xvi
Lampiran MBKM 02	xvii
Lampiran MBKM 03	xviii
Lampiran MBKM 04	xxviii
Lampiran LoA	xxix
Lampiran Turnitin	xxx
Lampiran Form Bimbingan	xxx1

