

Social Media Strategist Internship dalam Digital Marketing

Development pada Kaff Agency PT Kreatif Agency Fikri Forward



Ika Wahyu Agustina

00000088527

**UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

***Social Media Strategist Internship dalam Digital Marketing
Development pada Kaff Agency PT Kreatif Agency Fikri Forward***



LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Ika Wahyu Agustina

00000088527

**UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Ika Wahyu Agustina

Nomor Induk Mahasiswa : 00000088527

Program studi : Manajemen

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

Social Media Strategist Internship dalam Digital Marketing Development pada Kaff Agency PT Kreatif Agency Fikri Forward 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, 25 Mei 2025



Ika Wahyu Agustina

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan MBKM dengan judul

*“Social Media Strategist Internship dalam Digital Marketing pada Kaff
Agency PT Kreatif Agency Fikri Forward”*

Oleh

Nama : Ika Wahyu Agustina
NIM : 00000088527
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk disajikan pada sidang Ujian Magang
Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 2 Juni 2025

Pembimbing



Dr. Wanda Gema Prasadio Akbar Hidavat, S.M.B., M.M.
0705069103

Ketua Program Studi Manajemen



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

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul
Social Media Strategist Internship dalam Digital Marketing Development pada
Kaff Agency PT Kreatif Agency Fikri Forward

Oleh

Nama : Ika Wahyu Agustina
NIM : 00000088527
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Senin, 10 Juni 2025
Pukul 11.00 s/d 12.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing


Dr. Wanda Gema Prasadio Akbar Hidayat,
S.M.B., M.M.
NIDN: 0705069103

Penguji


Dr. Mohammad Annas. S.Tr.Par., M.M.,
CSCP.
NIDN: 0310098303

Ketua Program Studi Manajemen


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

MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Ika Wahyu Agustina
NIM : 00000088527
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:

Social Media Strategist Internship dalam Digital Marketing Development pada Kaff Agency PT Kreatif Agency Fikri Forward. 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.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
Tangerang, 2 Juni 2025

Yang menyatakan,



Ika Wahyu Agustina

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul: “*Social Media Strategist Internship dalam Digital Marketing Development pada Kaff Agency PT Kreatif Agency Fikri Forward*” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Program Studi *Marketing Management* pada Fakultas Manajemen 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. Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan kesempatan-Nya kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan kerja magang ini dengan baik dan tepat waktu.
2. Orang tua dan Keluarga yang selalu memberikan dukungan dan motivasi sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan kerja magang ini dalam keadaan baik.
3. Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
4. Prof. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
5. Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
6. Bapak Dr. Wanda Gema Prasadio Akbar Hidayat, S.M.B., M.M., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.

7. Ibu Yoanita Alexandra, S.E., B.A., M.Par., selaku koordinator magang, yang telah memberikan arahan dan masukan berharga selama proses pelaksanaan magang ini.
8. Kepada Mas Fikri, sebagai Direktur Kaff Agency PT Kreatif Agensi Fikri Forward yang telah membimbing penulis selama kegiatan magang di Kaff Agency.
9. Kepada Mba Hilda, sebagai Sekretaris Direktur dan *HR* Kaff Agency PT Kreatif Agensi Fikri Forward yang telah membantu penulis dalam kegiatan kerja magang selama di Kaff Agency.
10. Kak Esa sebagai *Social Media Strategist*, dan Kak Avifah sebagai *Content Creator* yang telah banyak memberikan wawasan baru, bimbingan, serta pengarahan kepada penulis dalam menjalankan tugas dan tanggung jawabnya sebagai *intern*.
11. Seluruh karyawan dan teman-teman *intern* Kaff Agency lainnya yang juga membantu mendukung penulis dalam menyelesaikan kegiatan selama kerja magang di Kaff Agency.
12. Teman dan kerabat yang telah membantu mendukung sehingga saya bisa menyelesaikan laporan magang ini dengan baik.

Dalam penyusunan laporan kerja magang ini, penulis menyadari bahwa masih terdapat berbagai kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dapat menjadi bahan evaluasi untuk perbaikan di masa yang akan datang. Semoga karya ilmiah ini dapat membantu dan menjadi manfaat bagi teman-teman sebagai sumber pembelajaran yang berguna dan dapat menjadi inspirasi bagi pembacanya terutama mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 2 Juni 2025



(Ika Wahyu Agustina)



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

***Social Media Strategist Internship dalam Digital Marketing
Development pada Kaff Agency PT Kreatif Agency Fikri Forward***

(Ika Wahyu Agustina)

ABSTRAK

Laporan ini menggambarkan pengalaman penulis selama menjalani kegiatan magang di Kaff Agency, khususnya di *Digital Marketing Development*. Program magang ini berlangsung selama 640 jam, dan bertujuan untuk memberikan pemahaman langsung mengenai dunia kerja pada industri agensi kreatif. Selama program magang merdeka, penulis diberikan peran sebagai *Social Media Strategist Internship*. Dengan menempuh program magang di Kaff Agency penulis dapat memperbaiki portofolio, meningkatkan *skills* dalam berkomunikasi, pengelolaan waktu, pemecahan masalah dari perusahaan. Karena selama magang di Kaff Agency, diberikan kepercayaan untuk dapat mengembangkan kemampuan diri. Berbagai tantangan seperti ketidaksesuaian yang terjadi saat mengerjakan tugas memberikan pengalaman nyata dalam mengatasi situasi yang menuntut solusi cepat dan efisien. Hal ini menyadari penulis untuk dapat menyelesaikan masalah dengan baik.

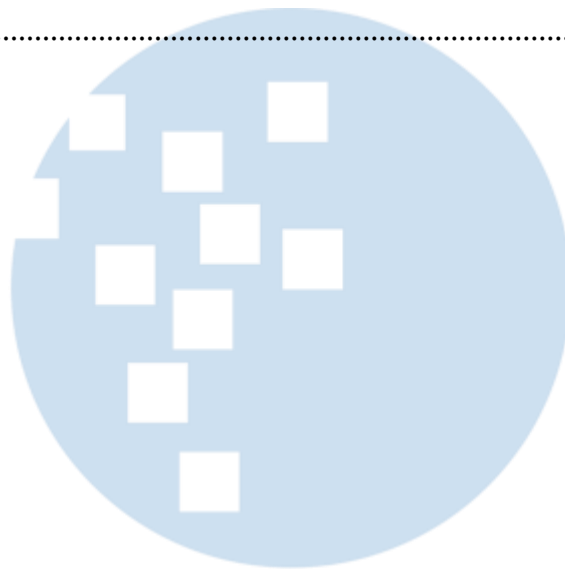
Kata kunci: *Magang, Social Media Strategist, Agensi Kreatif*



DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	3
HALAMAN PERSETUJUAN.....	4
HALAMAN PENGESAHAN.....	4
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	6
KATA PENGANTAR	7
ABSTRAK.....	10
DAFTAR ISI.....	11
DAFTAR GAMBAR	13
DAFTAR TABEL	15
BAB I PENDAHULUAN.....	16
1.1. Latar Belakang	16
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....	19
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	20
1.3.1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	20
1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	20
1.4 Metode dan Sistematika Penulisan.....	22
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	23
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	23
2.1.1 Visi Misi.....	24
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	24
2.3 Tinjauan Pustaka	26
2.3.1 <i>Digital Marketing</i>	26
2.3.2 <i>Integrated Marketing Communication</i>	27
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	29
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	29
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	30
3.2.2 Uraian Kerja Magang.....	33

3.3 Kendala yang Ditemukan	53
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	54
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN.....	56
4.1 Simpulan.....	56
4.2 Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA	59
LAMPIRAN.....	60



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia 2024	16
Gambar 1.2 Data Pengeluaran Bulanan Transaksi Konsumen Melalui <i>E-commerce</i> 2024	17
Gambar 2.1 Logo Kaff Agency.....	23
Gambar 2.2 Struktur Organisasi Kaff Agency	25
Gambar 3.1 Struktural Kedudukan Kaff	30
Gambar 3.2 <i>Target Audiens</i> Media Sosial Kaff Agency.....	33
Gambar 3.3 <i>Content Plan</i> Media Sosial Kaff Agency	33
Gambar 3.4 <i>Screenshot</i> Saat <i>Online Meeting Internal</i>	34
Gambar 3.5 <i>Script</i> dan <i>Brief Content Plan</i> Kaff Agency.....	35
Gambar 3.6 <i>Drive</i> Pengumpulan Bahan Konten.....	36
Gambar 3.7 Suasana Saat Melakukan Pengambilan Materi Konten.....	37
Gambar 3.8 Saat Produksi Konten Klien Di Luar.....	37
Gambar 3.9 Penyuntingan Sederhana Menggunakan <i>CapCut</i>	38
Gambar 3.10 Desain Konten Klien Oleh Tim Di <i>Trello</i>	39
Gambar 3.11 <i>Timeline</i> Konten Klien	39
Gambar 3.12 <i>Timeline Internal</i>	39
Gambar 3.13 Konten Media Sosial Tiktok Kaff Agency.....	40
Gambar 3.14 Konten Media Sosial Instagram Kaff Agency	41
Gambar 3.15 <i>Card Update Tasks</i> melalui <i>Trello</i>	42
Gambar 3.16 Komunikasi Aktif Melalui <i>WhatsApp</i>	42
Gambar 3.17 <i>Workspace Intern Trello</i>	43
Gambar 3.18 <i>Google Form</i> Wawancara	43
Gambar 3.19 <i>Drive</i> Rekaman Hasil Wawancara	45
Gambar 3.20 <i>Google Form</i> Hasil Wawancara.....	45
Gambar 3.21 <i>Mystery Shopping</i> Salah Satu Kompetitor	46
Gambar 3.22 <i>Review</i> Hasil <i>Mystery Shopping</i>	47
Gambar 3.23 Sosial Media Klien	48
Gambar 3.24 <i>Bonding Online Internal</i>	48

Gambar 3.25 Hasil <i>Brainstorming</i> Dengan Mentor	49
Gambar 3.26 <i>Content Plan Brand</i>	49
Gambar 3.27 Mempersiapkan Peralatan Bersama Mentor	50
Gambar 3.28 Materi Konten	51
Gambar 3.29 Hasil Penyuntingan Ringan.....	52
Gambar 3.30 <i>Folder Drive</i>	53
Gambar 3.31 Komunikasi <i>Online</i>	53
Gambar 3.32 Diskusi Dengan Tim <i>Editor</i>	53
Gambar 3.33 Komunikasi Mengingat Tugas	54
Gambar 3.34 <i>Timeline Brand</i>	55
Gambar 3.35 Unggahan Materi Konten <i>Brand</i>	55



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Tugas Utama yang Dilakukan.....	31
Tabel 2 Tugas Tambahan yang Dilakukan.....	32



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA