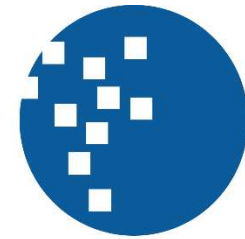


**PERAN *MARKETING INTERN* DALAM OPTIMALISASI
KONTEN SOSIAL MEDIA DI MAHA MUDA CREATIVE**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Angel Juliana

00000070114

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

**THE ROLE OF MARKETING INTERN IN OPTIMIZING
SOCIAL MEDIA CONTENT AT MAHA MUDA CREATIVE**



LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Angel Juliana

00000070114

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Angel Juliana
Nomor Induk Mahasiswa : 00000070114
Program studi : Manajemen

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

PERAN *MARKETING INTERN* DALAM OPTIMALISASI KONTEN SOSIAL MEDIA DI MAHA MUDA CREATIVE 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, 3 Juli 2025



(Angel Juliana)

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan MBKM dengan judul

“PERAN *MARKETING INTERN* DALAM OPTIMALISASI KONTEN SOSIAL MEDIA DI MAHA MUDA CREATIVE”

Oleh

Nama	: Angel Juliana
NIM	: 00000070114
Program Studi	: Manajemen
Fakultas	: Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 3 Juli 2025

Pembimbing


Elissa Dwi Lestari, S.Sos., M.S.M
0306088501

Ketua Program Studi Manajemen


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

3

Peran Marketing Intern dalam..., Angel Juliana, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul

PERAN *MARKETING INTERN* DALAM OPTIMALISASI KONTEN SOSIAL MEDIA DI MAHA MUDA CREATIVE

Oleh

Nama : Angel Juliana
NIM : 00000070114
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Selasa, 8 Juli 2025

Pukul 16.00 s/d 17.00 dan dinyatakan

LULUS

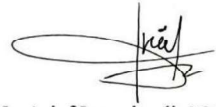
Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

Pembimbing



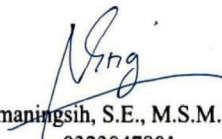
Elissa Dwi Lestari, S.Sos., M.S.M.
0306088501

Penguji



Ir. Arief Iswariyadi, M.Sc., Ph.D
0316026404

Ketua Program Studi Manajemen



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

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Angel Juliana
NIM : 00000070114
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 *MARKETING INTERN* DALAM OPTIMALISASI KONTEN SOSIAL MEDIA DI MAHA MUDA CREATIVE

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, 3 Juli 2025

Yang menyatakan,



(Angel Juliana)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul: “**PERAN *MARKETING INTERN* DALAM OPTIMALISASI KONTEN SOSIAL MEDIA DI MAHA MUDA CREATIVE**” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana 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, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Elissa Dwi Lestari, S.Sos., M.S.M., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Yoses Hartono, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. PT Maha Muda Nusantara dan Maha Muda Creative, selaku perusahaan tempat pemegang melaksanakan kerja magang.
7. Keluarga dan teman yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat menjadi sumber informasi yang bermanfaat serta memberikan gambaran yang jelas mengenai pelaksanaan kegiatan magang yang telah penulis jalani.

Tangerang, 3 Juli 2025



(Angel Juliana)



PERAN *MARKETING INTERN* DALAM OPTIMALISASI KONTEN SOSIAL MEDIA DI MAHA MUDA CREATIVE

(Angel Juliana)

ABSTRAK

Laporan ini disusun sebagai bentuk pertanggungjawaban dan dokumentasi atas pelaksanaan kegiatan magang yang penulis lakukan di Maha Muda Creative selama enam bulan sebagai Marketing Intern dalam program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM). Pemilihan Maha Muda Creative sebagai tempat magang didasarkan pada minat penulis terhadap dunia industri kreatif dan keinginan untuk mengembangkan kemampuan di bidang pemasaran digital, khususnya dalam pengelolaan media sosial dan strategi komunikasi merek. Selama pelaksanaan magang, penulis menghadapi beberapa kendala seperti keterbatasan pengalaman dalam menyusun strategi konten yang sesuai dengan karakter klien, serta tantangan komunikasi dalam kerja tim lintas divisi. Namun, melalui bimbingan dari mentor, diskusi tim, serta proses trial and error, penulis mampu beradaptasi dan memberikan kontribusi terhadap proyek yang dikerjakan, seperti pembuatan konten sosial media, riset kompetitor, hingga penyusunan presentasi strategi branding. Laporan ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai proses pembelajaran, pencapaian, serta pengembangan diri yang penulis alami selama menjalani magang di Maha Muda Creative.

Kata kunci: *Marketing Intern*, Media Sosial, Industri Kreatif, Agensi

THE ROLE OF MARKETING INTERN IN OPTIMIZING SOCIAL MEDIA CONTENT AT MAHA MUDA CREATIVE

(Angel Juliana)

ABSTRACT (English)

This report serves as a form of accountability and documentation of the internship activities carried out by the author over a six-month period as a Marketing Intern at Maha Muda Creative, as part of the Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) program. The decision to intern at Maha Muda Creative was based on the author's interest in the creative industry and the desire to develop skills in digital marketing, particularly in social media management and brand communication strategies. During the internship, the author faced several challenges, such as limited experience in developing content strategies aligned with each client's brand identity and communication barriers within cross-functional teams. However, through guidance from mentors, team discussions, and trial-and-error processes, the author was able to adapt and contribute to various projects, including social media content creation, competitor research, and branding strategy presentations. This report aims to provide insights into the learning process, accomplishments, and personal growth experienced by the author throughout the internship at Maha Muda Creative.

Keywords: Marketing Intern, Social Media, Creative Industry, Agency

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
<i>ABSTRACT (English)</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang	4
1.3 Waktu dan 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	16
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	16
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	17
3.3 Kendala yang Ditemukan	49
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	50
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	52
4.1 Simpulan	52
4.2 Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	56
DAFTAR LAMPIRAN	57

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Struktur Koordinasi Kerja

18



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Countries with the largest TikTok audience as of February 2025</i>	3
Gambar 2.1 Logo Maha Muda Creative	9
Gambar 2.2 Kantor Maha Muda Creative	11
Gambar 2.3 Struktur Organisasi Maha Muda Creative	13
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Magang	17
Gambar 3.2 Pembuatan Ide Konten Tiktok dan Instagram	21
Gambar 3.3 Mengelola Konten Tiktok	23
Gambar 3.4 Proses Pengeditan Konten di Capcut	24
Gambar 3.5 Mengevaluasi Performa Konten di Tiktok	27
Gambar 3.6 Data Brand yang Butuh Agency	29
Gambar 3.7 Approach Brand melalui Whatsapp	31
Gambar 3.8 Approach Brand melalui Instagram	31
Gambar 3.9 Approach Brand melalui Email	32
Gambar 3.10 Hasil Konten Workshop Maha Muda X Prudential	33
Gambar 3.11 Data Klien Maha Muda X Prudential	34
Gambar 3.12 Proses Pengambilan Footage Workshop Maha Muda X Prudential	34
Gambar 3.13 Briefing Desain Konten Instagram	36
Gambar 3.14 Hasil Briefing untuk Konten Carousel Instagram	36
Gambar 3.15 Menjadwalkan Meeting Klien	38
Gambar 3.16 Wordingan untuk Approach Sponsor	39
Gambar 3.17 Data Sponsor dan Kontak PIC	39
Gambar 3.18 Approach Sponsor Melalui Email	40
Gambar 3.19 List Data KOL untuk Acara Sour Sally	42
Gambar 3.20 Customer Activity untuk Acara Sour Sally	42
Gambar 3.21 Meeting Project Sour Sally	43
Gambar 3.22 Proses Pengambilan Footage Tunas Bangsa	45
Gambar 3.23 Briefing Konten Tunas Bangsa	46
Gambar 3.24 Jadwal Posting Konten Tunas Bangsa	46
Gambar 3.25 Diskusi Referensi Konten Pitching Orang Tua (API)	48
Gambar 3.26 Proses Pembuatan Konten Pitching Orang Tua (API)	48
Gambar 3.27 Hasil Konten Pitching Orang Tua (API)	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Pengantar MBKM - MBKM 01	57
Lampiran B Kartu MBKM - MBKM 02	58
Lampiran C Daily Task MBKM - MBKM 03	59
Lampiran D Lembar Verifikasi Laporan MBKM - MBKM 04	76
Lampiran E Form Bimbingan Internship Report	77
Lampiran F Surat Penerimaan MBKM (LoA)	78
Lampiran G Pengecekan Hasil Turnitin	79
Lampiran H Semua hasil karya tugas yang dilakukan selama MBKM	83

