

**AKTIVITAS SOCIAL MEDIA INTERN PADA BRAND
INNOVATION SOCIAL MEDIA TEAM DI PT SOCIAL BELLA
INDONESIA**



LAPORAN MAGANG

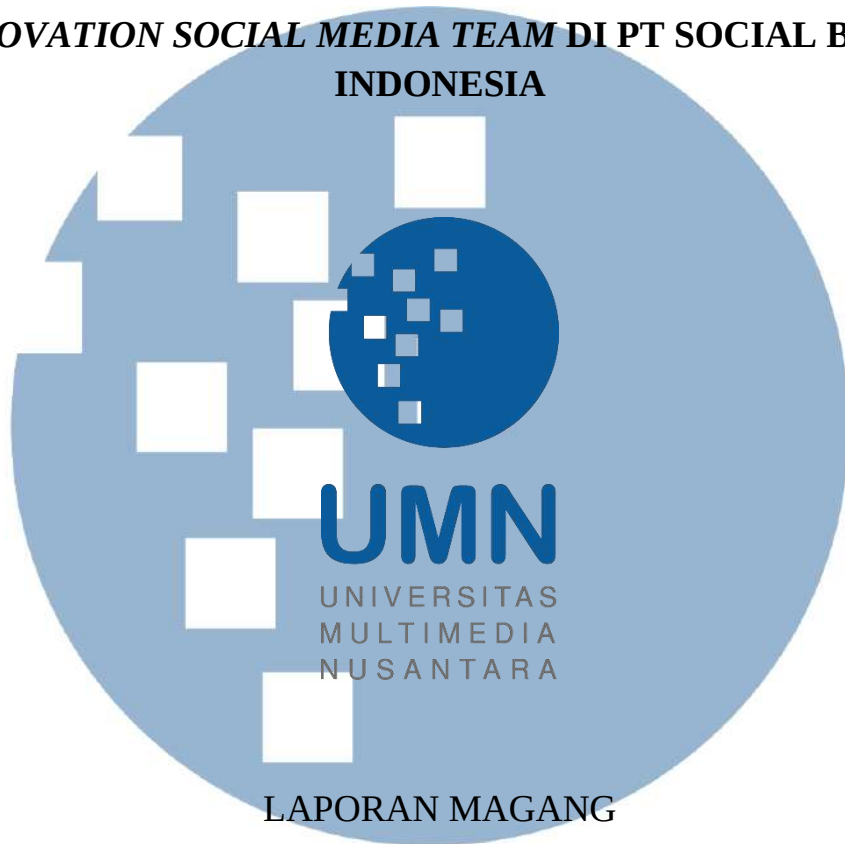
STEFANNY CHANDRA

00000070434

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2025

**AKTIVITAS SOCIAL MEDIA INTERN PADA BRAND
INNOVATION SOCIAL MEDIA TEAM DI PT SOCIAL BELLA
INDONESIA**



LAPORAN MAGANG

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

STEFANNY CHANDRA

00000070434

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Stefanny Chandra

Nomor Induk Mahasiswa : 000000070434

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

**AKTIVITAS *SOCIAL MEDIA* INTERN PADA *BRAND INNOVATION*
SOCIAL MEDIA TEAM DI PT SOCIAL BELLA 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 magang maupun dalam penulisan laporan magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 27 Juni 2025



Stefanny Chandra

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**AKTIVITAS *SOCIAL MEDIA* INTERN PADA *BRAND INNOVATION*
SOCIAL MEDIA TEAM DI PT SOCIAL BELLA INDONESIA**

Oleh

Nama : Stefanny Chandra
NIM : 00000070434
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 10 Juli 2025

Pukul 08.00 s.d 09.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Digitally signed
by Selvi Amalia
Date: 2025.07.18
08:49:12 +07'00'

Selvi Amalia, S.Pi., M.Si.
NIDN 0325108004

Penguji



Mujiono, S.Ikom., M.I.Kom.
NIDN 0315108802

Pembimbing



Digitally signed
by Selvi Amalia
Date: 2025.07.18
08:49:27 +07'00'

Selvi Amalia, S.Pi., M.Si.
NIDN 0325108004

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Digitally signed by Cendera
Rizky Anugrah Bangun
Date: 2025.07.19 14:27:11
+07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Stefanny Chandra

NIM : 00000070434

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya Ilmiah : 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:

**AKTIVITAS SOCIAL MEDIA INTERN PADA BRAND INNOVATION
SOCIAL MEDIA TEAM DI PT SOCIAL BELLA INDONESIA**

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 laporan magang saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 27 Juni 2025

Yang menyatakan,



Stefanny Chandra

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

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yesus Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul:

“AKTIVITAS SOCIAL MEDIA INTERN PADA BRAND INNOVATION SOCIAL MEDIA TEAM DI PT SOCIAL BELLA INDONESIA” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari sepenuhnya bahwa laporan magang ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, baik selama masa studi maupun proses penyusunannya. Oleh karena itu, saya menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara
4. Ibu Selvi Amalia, S.Pi., M.Si. sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Ibu Selvi Amalia, S.Pi., M.Si. selaku Ketua Sidang dan Bapak Mujiono, S.Ikom., M.I.Kom. selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Perusahaan tempat saya magang, PT Social Bella Indonesia, atas kesempatan dan pengalaman yang didapat selama proses kerja magang menjadi *social media intern*.
7. *Supervisor*, tim kreatif, media sosial dan HRD yang telah membantu, membimbing serta mengajarkan berbagai hal selama penulis menjadi *social media intern* di PT Social Bella Indonesia.

8. Tuhan Yesus Kristus, Papi, Mami, Meme dan teman-teman yang telah membantu doa dan memberikan semangat sehingga saya dapat menyelesaikan kegiatan magang dan laporan magang ini.

Diharapkan melalui laporan ini, pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara mendapatkan informasi, motivasi dan pembelajaran untuk kedepannya.

Tangerang, 27 Juni 2025



Stefanny Chandra



AKTIVITAS SOCIAL MEDIA INTERN PADA BRAND INNOVATION SOCIAL MEDIA TEAM DI PT SOCIAL BELLA INDONESIA

Stefanny Chandra

ABSTRAK

Meningkatnya tren industri kecantikan, serta penggunaan dan peran media sosial dalam aktivitas pemasaran digital, mendorong kebutuhan akan tenaga kerja yang memahami strategi pemasaran digital, khususnya dalam pemasaran media sosial. Tujuan dari magang ini adalah untuk mengimplementasikan ilmu yang telah dipelajari selama masa perkuliahan ke dalam lingkungan kerja nyata. Oleh karena itu, penulis memilih untuk melaksanakan kegiatan magang di PT Social Bella Indonesia, perusahaan teknologi di bidang kecantikan yang menaungi berbagai merek lokal dan internasional, termasuk Carasun, Gemistry dan In The Mood For. Posisi yang dijalani dalam aktivitas magang adalah sebagai *Social Media Intern* pada *Bran Innovation Social Media Team*. Tugas utama penulis meliputi proses pencarian ide, perencanaan konten, penyusunan kalender konten, produksi konten, penulisan caption, pengelolaan akun media sosial, interaksi dengan audiens dan evaluasi performa konten. *Konsep* yang digunakan adalah kerangka SOSTAC (*Situation Analysis, Objective, Strategy, Tactic, Action & Control*), yang didukung oleh konsep *brand personality* (Kotler & Keller, 2016), *customer engagement* (Chaffey & Ellis-Chadwick (2019), dan evaluasi performa konten (Quesenberry, 2019). Kendala utama selama proses kerja magang adalah belum adanya pendekatan strategis pada proses perencanaan konten. Setelah menjalani aktivitas magang selama tiga bulan, penulis menyimpulkan bahwa kolaborasi antara tim media sosial, tim kreatif dan tim *brand* memegang peran penting dalam menjaga efektivitas strategi komunikasi pemasaran media sosial, serta memberikan pengalaman berharga dalam pengembangan kompetensi profesional penulis.

Kata kunci: Evaluasi, Komunikasi Pemasaran, Konten, Media Sosial, Pemasaran Media Sosial

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

SOCIAL MEDIA INTERN ACTIVITIES IN THE BRAND INNOVATION SOCIAL MEDIA TEAM AT PT SOCIAL BELLA INDONESIA

Stefanny Chandra

ABSTRACT

The rapid growth of the beauty industry, along with the increasing use and role of social media in digital marketing activities, has driven the demand for professionals who understand digital marketing strategies, particularly in social media marketing. The objective of this internship was to implement the knowledge and concepts acquired during university study in a real-world work environment. For this reason, the writer chose to get an internship at PT Social Bella Indonesia, a beauty-tech company that manages various local and international brands, including Carasun, Gemistry and In The Mood For. The position carried out during the internship was Social Media Intern on the Brand Innovation Social Media Team. The main responsibilities include content ideation, content planning, content calendar creating, content production, caption writing, social media account management, audience engagement and content performance evaluation. The framework applied in this internship report is SOSTAC (Situation Analysis, Objective, Strategy, Tactic, Action & Control), supported by the concepts of brand personality (Kotler & Keller, 2016), customer engagement (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019) and content performance evaluation (Quesenberry, 1029). The main challenge faced during internship was the lack of a strategic approach in the content planning process. After completing the three-month internship, the writer concluded that collaboration between the social media, creative and brand teams play a crucial role in maintaining the effectiveness of social media marketing communication strategies and provides valuable experience in developing the writer's professional competencies.

Keywords: Content, Evaluation, Marketing Communication, Social Media, Social Media Marketing

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

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang	4
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	5
BAB II GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI	9
2.1 Tentang PT Social Bella Indonesia	9
2.2 Visi Misi PT Social Bella Indonesia	11
2.3 Struktur Organisasi PT Social Bella Indonesia	12
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	16
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang	16
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang	17
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	40
4.1 Simpulan	40
4.2 Saran	41
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN	46

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas Utama <i>Social Media Intern</i>	17
Tabel 3.2 Lini Masa Aktivitas Kerja Magang <i>Social Media Intern</i>	19
Tabel 3.3 Weekly March Carasun Instagram Content Report	31
Tabel 3.4 Weekly April Carasun Instagram Content Report	31
Tabel 3.5 Weekly May Carasun Instagram Content Report	32
Tabel 3.6 Weekly March Carasun TikTok Content Report	33
Tabel 3.7 Weekly April Carasun TikTok Content Report	34
Tabel 3.8 Weekly May Carasun TikTok Content Report	35
Tabel 3.9 Monthly Carasun Instagram Content Report	35
Tabel 3.10 Monthly Carasun TikTok Content Report	36



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia	1
Gambar 2.1 Unit Bisnis PT Social Bella Indonesia - Sociolla	9
Gambar 2.2 Unit Bisnis PT Social Bella Indonesia - SoCo	9
Gambar 2.3 Unit Bisnis PT Social Bella Indonesia - Beauty Journal	10
Gambar 2.4 Unit Bisnis PT Social Bella Indonesia - Lilla	10
Gambar 2.5 Unit Bisnis PT Social Bella Indonesia - SDI	11
Gambar 2.6 Struktur Organisasi PT Social Bella Indonesia	12
Gambar 2.7 Struktur Departemen <i>Social Media</i>	13
Gambar 3.1 Logo <i>brand</i> Carasun	16
Gambar 3.2 Logo <i>brand</i> Gemistry	16
Gambar 3.3 Logo <i>brand</i> In The Mood For	17
Gambar 3.4 Contoh <i>Content Ideation</i>	20
Gambar 3.5 Contoh <i>Content Planning</i> Instagram In The Mood For	21
Gambar 3.6 Contoh <i>Content Planning</i> TikTok Carasun	21
Gambar 3.7 Contoh <i>Content Calendar</i> Seluruh Konten Brand	22
Gambar 3.8 <i>Content Creating</i> Carasun & Gemistry	23
Gambar 3.9 <i>Content Talent</i>	24
Gambar 3.10 <i>Content Previewing</i>	24
Gambar 3.11 Contoh Caption Konten Carasun, Gemistry & In The Mood For	25
Gambar 3.12 Contoh Konten Carasun, Gemistry & In The Mood For	27
Gambar 3.13 Interaksi Dengan Audiens Melalui Komen Instagram & TikTok	28
Gambar 3.14 Interaksi Dengan Audiens Melalui <i>Direct Message</i>	28
Gambar 3.15 Interaksi Dengan Audiens Melalui <i>Mentions</i> Konten	29
Gambar 3.16 Interaksi Dengan Audiens Melalui Instagram Story	29
Gambar 3.17 <i>Bank Content</i>	37

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

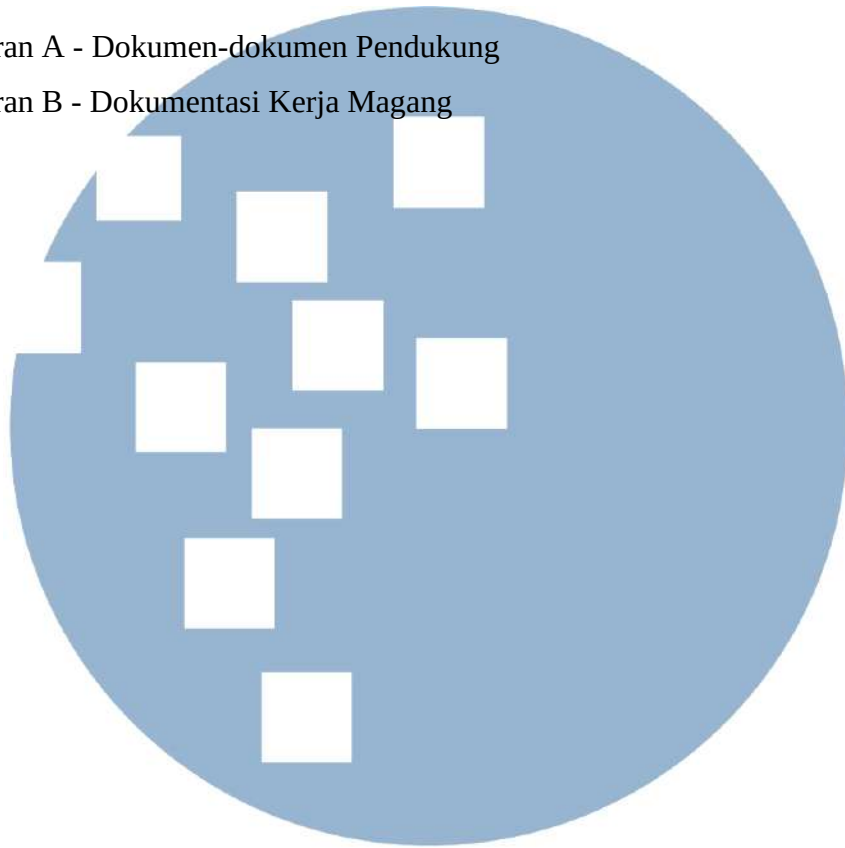
DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A - Dokumen-dokumen Pendukung

46

Lampiran B - Dokumentasi Kerja Magang

65



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA