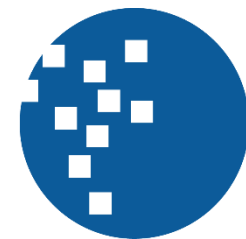


**PERAN SOCIAL MEDIA SPECIALIST INTERN DI
MEDIABRANDS CONTENT STUDIO**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

NAUFAL RADHITYA DANISWARA

00000067829

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

2025

**PERAN SOCIAL MEDIA SPECIALIST INTERN DI
MEDIABRANDS CONTENT STUDIO**



LAPORAN MAGANG

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

NAUFAL RADHITYA DANISWARA

00000067829

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

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Naufal Radhitya Daniswara

Nomor Induk Mahasiswa : 00000067829

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan dengan judul:

“PERAN SOCIAL MEDIA SPECIALIST INTERN DI MEDIABRANDS CONTENT STUDIO”

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis 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 karya tulis ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.

Tangerang, 21 Juni 2025



(Naufal Radhitya Daniswara)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan dengan judul

“PERAN SOCIAL MEDIA SPECIALIST INTERN DI MEDIABRANDS CONTENT STUDIO”

Oleh

Nama : Naufal Radhitya Daniswara
NIM : 00000067829
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 16 Juli 2025

Pukul 09:00 s/d 10:00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Digitally signed
by Intan
Primadini
Date: 2025.07.23
12:44:34 +07'00'

Intan Primadini, S.Sos., M.Si.
NIDN 0326098501

Penguji

Pembimbing

Digitally signed
by Intan
Primadini
Date: 2025.07.23
12:44:34 +07'00'

Intan Primadini, S.Sos., M.Si.
NIDN 0326098501

Irwan Fakhruddin, S.Sn., M.I.Kom.
NIDN 0331077503

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Digitally signed by
Cendera Rizky
Anugrah Bangun
Date: 2025.07.24
10:59:38 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Naufal Radhitya Daniswara
NIM : 00000067829
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya Ilmiah : Laporan Magang

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

**“PERAN SOCIAL MEDIA SPECIALIST INTERN DI MEDIABRANDS
CONTENT STUDIO”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif 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.

Tangerang, 22 Juni 2025

(Naufal Radhitya Daniswara)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul: “PERAN SOCIAL MEDIA SPECIALIST INTERN DI MEDIABRANDS CONTENT STUDIO” 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 bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan magang ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Intan Primadini, S.Sos., M.Si., sebagai dosen pembimbing magang yang terus memberikan arahan, motivasi, kesabaran, dan menjawab segala pertanyaan pekerja magang terkait pelaksanaan program magang sehingga laporan kerja magang ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
5. Bapak Irwan Fakhruddin, S.Sn., M.I.Kom. selaku penguji sidang magang yang telah menguji dengan baik, dengan teliti, dengan bijaksana, sehingga laporan magang ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Zenia Rashelia selaku supervisor di Mediabrands Content Studio yang telah membimbing dan mengajari ilmu tambahan di luar teori komunikasi yang ada dalam penerapannya selama praktik kerja magang yang saya jalani.

7. Seluruh karyawan yang ada di Mediabrands Content studio yang telah membimbing, mengajari dan menemani saya selama menjalankan praktik kerja magang.
8. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan magang.
9. Disty Dhama Yanti Saputri yang telah memberi support di tengah pelaksanaan dan pengerjaan laporan magang ini

Akhir kata, saya sadar bahwa dalam penyusunan laporan kerja magang ini, masih banyak kesalahan yang dapat ditemukan. Meskipun demikian, saya berharap laporan magang ini masih dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi ke depannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 22 Juni 2025



Naufal Radhitya Daniswara



PERAN SOCIAL MEDIA SPECIALIST INTERN DI MEDIABRANDS CONTENT STUDIO

Naufal Radhitya Daniswara

ABSTRAK

Perkembangan media sosial mendorong agensi digital untuk menyusun strategi komunikasi yang lebih terarah dan relevan. Mediabrands Content Studio, sebagai *digital marketing agency*, menjadi tempat pelaksanaan magang yang memberikan kesempatan kepada pekerja magang untuk memahami peran *Social Media Specialist* secara langsung. Selama masa magang, pekerja magang terlibat dalam aktivitas *research*, *content Planning*, *reporting*, seluruhnya merujuk pada tahapan yang dijelaskan oleh Tuten & Solomon (2021). Beberapa kendala yang dihadapi selama magang antara lain adalah kesulitan dalam pengembangan ide, kurangnya pelibatan dalam pertemuan internal, serta keterbatasan akses terhadap insight konten karena belum menggunakan tools analitik yang optimal. Namun, kendala ini diatasi dengan strategi pengembangan ide mandiri, komunikasi yang lebih terbuka, dan observasi terhadap alur kerja tim. Magang ini memberikan pemahaman yang komprehensif terhadap dinamika kerja di industri agensi, serta membekali pekerja magang dengan keterampilan praktis dan strategis dalam mengelola komunikasi digital. Pengalaman ini tidak hanya memperkuat kesiapan profesional, tetapi juga menjembatani teori perkuliahan dengan praktik lapangan secara langsung.

Kata kunci: *Agency, Content Planning, Copywriting, Social Media Specialist*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

THE ROLE OF SOCIAL MEDIA SPECIALIST INTERN AT MEDIABRANDS CONTENT STUDIO

Naufal Radhitya Daniswara

ABSTRACT

The rapid development of social media has pushed digital agencies to create more targeted and relevant communication strategies. Mediabrands Content Studio, a digital marketing agency, served as the internship host, offering firsthand experience for the intern to understand the role of a Social Media Specialist. During the internship, the intern was involved in audience research, content planning, and performance reporting aligned with the strategic stages outlined by Tuten & Solomon (2021). Several challenges were encountered throughout the internship, including difficulties in idea development, lack of involvement in internal meetings, and limited access to content insights due to the absence of advanced analytic tools. These obstacles were addressed through independent ideation efforts, open communication, and observation of internal workflows. The internship provided comprehensive insight into the dynamics of agency work and equipped the intern with both practical and strategic skills in managing digital communication. This experience not only enhanced professional readiness but also bridged academic theory with real-world practice.

Keywords: Agency, Content Planning, Copywriting, Social Media Specialist

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang	3
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	4
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	7
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	7
2.1.1 Visi dan Misi	9
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	10
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	13
3.1 Kedudukan dan Koordinasi dalam Kerja Magang	13
3.2 Tugas dan Uraian Dalam Kerja Magang	14
3.2.1 Tugas Kerja Magang	15
3.2.2 Uraian Kerja Magang	17
3.2.2.1 <i>Social Media Specialist</i>	17
3.3 Kendala yang Ditemukan	57
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	58
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	59
4.1 Simpulan	59
4.2 Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	xiii
LAMPIRAN	xv

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Visi & Misi IPG Mediabrands	9
Tabel 3. 1 Lini Masa Aktivitas Magang.....	15



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo MBCS	8
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Mediabrands Content Studio.....	10
Gambar 3. 1 Struktur Divisi Social Media.....	13
Gambar 3. 2 Flow Pengerjaan Tugas Magang	14
Gambar 3. 3 Situational Analysis.....	20
Gambar 3. 4 Situational Analysis.....	21
Gambar 3. 5 Social Media Audit.....	23
Gambar 3. 6 Social Media Audit.....	24
Gambar 3. 7 Data Engagement Competitor	26
Gambar 3. 8 Editorial Plan Format	33
Gambar 3. 9 Editorial Plan Mentah.....	33
Gambar 3. 10 Kalender Konten	34
Gambar 3. 11 Editorial Plan Quiz	35
Gambar 3. 12 Proses Shooting & Direction.....	39
Gambar 3. 13 Copywriting Brand Sanitasi	41
Gambar 3. 14 Copywriting Brand Kesehatan	42
Gambar 3. 15 Hook Development	43
Gambar 3. 16 Hook Development	44
Gambar 3. 17 Proses Massage Framing.....	45
Gambar 3. 18 Contoh Penulisan CTA	46
Gambar 3. 19 Contoh Optimization.....	47
Gambar 3. 20 Contoh Optimization.....	48
Gambar 3. 21 Measuring the Outcomes.....	52
Gambar 3. 22 Measuring the Outcomes.....	53
Gambar 3. 23 Performance Gap.....	54
Gambar 3. 24 Adjusting Strategy.....	55

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pengantar MBKM 01	xv
Lampiran 2 Kartu MBKM 02	xvi
Lampiran 3 Daily Task MBKM 03	xvii
Lampiran 4 Lembar Verifikasi Laporan MBKM 04.....	xviii
Lampiran 5 Surat Penerimaan Magang.....	xix
Lampiran 6 Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin	xx
Lampiran 7 Semua hasil karya tugas yang dilakukan selama kerja magang	xxi

