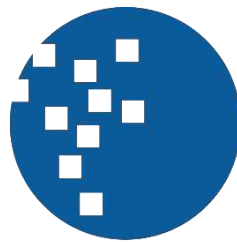


**PERAN *SOCIAL MEDIA MARKETING INTERN* PADA
PT KURNIA CIPTAMODA GEMILANG**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

KAYLA AUDREY WIDJAYA

00000070534

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

2025

**PERAN SOCIAL MEDIA MARKETING INTERN PADA
PT KURNIA CIPTAMODA GEMILANG**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

KAYLA AUDREY WIDJAYA

00000070534

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

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Kayla Audrey Widjaya

Nomor Induk Mahasiswa : 00000070534

Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang Penelitian dengan judul:

Peran Social Media Marketing Intern pada PT Kurnia Ciptamoda Gemilang

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 magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 26 Juni 2025



Kayla Audrey Widjaya

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Kayla Audrey Widjaya

NIM 00000070534

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya : Laporan Magang

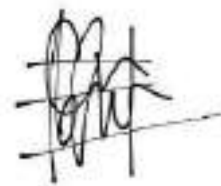
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Peran Social Media Marketing Intern pada PT Kurnia Ciptamoda Gemilang

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, 26 Juni 2025

Yang menyatakan,



Kayla Audrey Widjaya

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul

AKTIVITAS *SOCIAL MEDIA MARKETING* INTERN DI PT KURNIA CIPTAMODA GEMILANG

oleh

Nama : Kayla Audrey Widjaya
NIM 00000070534
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

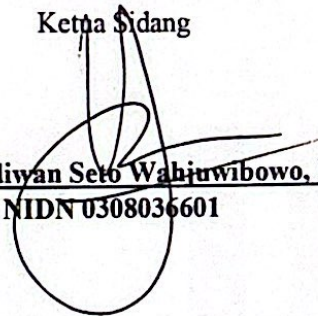
Telah diujikan pada hari 10 Juli 2025

Pukul 14.00 s.d 15.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

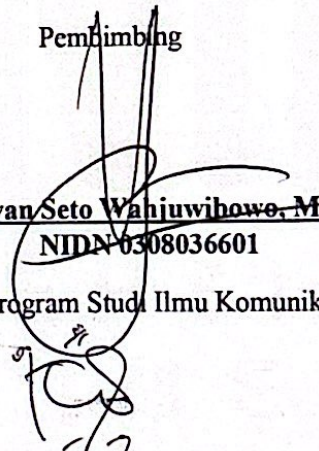
Ketua Sidang


Dr. Indiwanto Wahyuwibowo, M.Si.
NIDN 0308036601

Penguji


Digitally signed
by Selvi Amalia
Date: 2025.07.17
22:05:03 +07'00'
Selvi Amalia, S.Pi., M.Si.
NIDN 0325108004

Pembimbing


Dr. Indiwanto Wahyuwibowo, M.Si.
NIDN 0308036601

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.sos., M.Si.
NIDN 0304078404

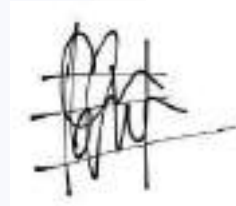
KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul: “Peran Social Media Marketing Intern pada PT Kurnia Ciptamoda Gemilang” 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 diselesaikan 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. Bapak Dr. Indiwani Seto Wahjuwibowo, M.Si. sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan magang ini.
5. Bapak/Ibu Dosen selaku Ketua Sidang dan Bapak/Ibu Dosen selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Kepada Tim Pomelo Fashion Indonesia yang telah memberi dukungan dan semangat untuk menyelesaikan laporan Magang.
7. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral.

Semoga laporan ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi kedepannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 26 Juni 2025



Kayla Audrey Widjaya



PERAN SOCIAL MEDIA MARKETING INTERN PADA PT

KURNIA CIPTAMODA GEMILANG

Kayla Audrey Widjaya

ABSTRAK

Pertumbuhan industri fashion ritel di Indonesia dalam satu dekade terakhir mengalami percepatan signifikan, seiring dengan meningkatnya penggunaan media sosial sebagai saluran pemasaran utama. Perubahan perilaku konsumen yang kini lebih aktif di *platform* digital seperti Instagram dan TikTok menuntut *brand fashion* untuk menghadirkan strategi komunikasi yang lebih adaptif dan relevan. Dalam konteks tersebut, penulis melaksanakan program magang di PT Kurnia Ciptamoda Gemilang, sebuah perusahaan ritel *fashion* ternama yang menaungi berbagai *brand* global, termasuk Pomelo Fashion. Selama tiga bulan, penulis menjalani peran sebagai *Social Media Marketing Intern* di bawah divisi *Marketing* Pomelo Indonesia. Tujuan utama dari magang ini adalah untuk mengimplementasikan konsep komunikasi strategis dan pemasaran digital dalam dunia kerja, khususnya melalui pembuatan dan pengelolaan konten media sosial. Penulis bertugas mendukung kegiatan *digital branding* perusahaan dengan merancang konten *visual*, menulis *caption* yang menarik, serta melakukan riset tren untuk meningkatkan keterlibatan audiens. Seluruh aktivitas magang diarahkan oleh tim *marketing* dan *supervisor* yang berpengalaman di bidang *fashion* retail. Melalui pengalaman ini, penulis memperoleh keterampilan praktis yang sangat relevan dengan dunia kerja dan memberikan kontribusi langsung dalam penguatan *brand awareness* Pomelo di pasar Indonesia.

Kata kunci: Media Sosial, Pemasaran Digital, *Social Media Specialist*, Industri *Fashion* Retail

ACTIVITIES OF SOCIAL MEDIA MARKETING INTERN AT PT KURNIA CIPTAMODA GEMILANG

Kayla Audrey Widjaya

ABSTRACT (English)

The growth of the fashion retail industry in Indonesia in the last decade has accelerated significantly, along with the increasing use of social media as a key marketing channel. Changes in consumer behavior that are now more active on digital platforms such as Instagram and TikTok require fashion brands to come up with more adaptive and relevant communication strategies. In this context, the author carried out an internship program at PT Kurnia Ciptamoda Gemilang, a well-known fashion retail company that houses various global brands, including Pomelo Fashion. For three months, the author served as a Social Media Marketing Intern under the Marketing division of Pomelo Indonesia. The main objective of this internship is to implement the concept of strategic communication and digital marketing in the working world, especially through the creation and management of social media content. The writer is tasked with supporting the company's digital branding activities by designing visual content, writing engaging captions, and conducting trend research to increase audience engagement. All internship activities were directed by the marketing team and supervisors who are experienced in fashion retail. Through this experience, the author gained practical skills that are highly relevant to the world of work and directly contributed to strengthening Pomelo's brand awareness in the Indonesian market.

Keywords: Social Media, Digital Marketing, Social Media Specialist, Fashion Retail Industry

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
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	4
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	4
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	4
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	8
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	8
2.1. Logo Perusahaan	8
2.1.2 Visi Misi Perusahaan	9
2.1.2.1 Visi Perusahaan	9
2.1.2.2 Misi Perusahaan	9
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	10
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	14
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang	14
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	15
3.2.1 Tugas Kerja Magang	15
3.2.2. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang	22
3.3 Kendala yang Ditemukan	35

3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	36
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	38
4.1 Simpulan	38
4.2 Saran	38
4.2.1 Perusahaan	39
4.2.2 Universitas	40
4.2.3 Mahasiswa yang akan magang	41
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN	44

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Uraian Praktik Kerja Magang	17
Tabel 3.2. <i>Timeline</i> Kerja Magang	18



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Logo Perusahaan PT Kurnia Ciptamoda Gemilang	8
Gambar 2.2. Struktur Organisasi PT Kurnia Ciptamoda Gemilang	11
Gambar 2.3. Struktur Organisasi Pomelo Indonesia	12
Gambar 3.1. Bagan Alur Kerja <i>Social Media Marketing Intern</i>	14
Gambar 3.2. Pencarian Referensi	24
Gambar 3.3. <i>Content Calendar</i>	25
Gambar 3.4. Dokumentasi Proses <i>Shooting</i>	26
Gambar 3.5. Hasil Konten Langsung di Toko <i>Offline</i>	27
Gambar 3.6. Hasil <i>Caption</i> yang Dibuat	27
Gambar 3.7. Proses Pengeditan Video	28
Gambar 3.8. Hasil Pengeditan Gambar	29
Gambar 3.9. <i>Collaboration Post</i> KOL	29
Gambar 3.10. Gambar <i>Content Calendar</i>	30
Gambar 3.11. Pesan Langsung Pelanggan	31
Gambar 3.12. <i>Weekly Report</i> TikTok Live	31
Gambar 3.13. Hasil Pencatatan Data TikTok Live	32
Gambar 3.14. Data <i>Followers</i> Instagram Bulan Maret	32
Gambar 3.15. Laporan Bulanan <i>Marketing</i> Maret (TikTok)	33
Gambar 3.16. Laporan Bulanan <i>Marketing</i> (Instagram)	33
Gambar 3.17. Persiapan Etalase Barang Penjualan TikTok	34
Gambar 3.18. Dokumentasi Sesi <i>Live Stream</i> TikTok	35

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Nama Lampiran

10

