

**AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MANAGEMENT UNTUK
MENINGKATKAN BRAND AWARENESS DAN
ENGAGEMENT DI GAIA BUMI RAYA CITY MALL**



LAPORAN MAGANG

FELICIA

00000073148

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

**AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MANAGEMENT UNTUK
MENINGKATKAN BRAND AWARENESS DAN ENGAGEMENT DI
GAIA BUMI RAYA CITY MALL**



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

FELICIA

00000073148

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

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Felicia

Nomor Induk Mahasiswa : 00000073148

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

**AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MANAGEMENT UNTUK
MENINGKATKAN BRAND AWARENESS DAN ENGAGEMENT DI GAIA
BUMI RAYA CITY MALL**

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



Felicia

Felicia

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**AKTIVITAS *SOCIAL MEDIA MANAGEMENT* UNTUK
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* DAN *ENGAGEMENT* DI GAIA
BUMI RAYA CITY MALL**

Oleh
Nama : Felicia
NIM : 00000073148
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 15 Juli 2025
Pukul 14:00 s.d 15:00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Agus Kustiwa, S.Sos., M.Si.
NIDN 0318118203

Penguji

Date:
2025.07.22
08:49:09
+07'00'

Dr. Tangguh Okta Wibowo, S.Hum., M.A.
NIDN 0320109004

Pembimbing



Agus Kustiwa, S.Sos., M.Si.
NIDN 0318118203

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Digitally signed by
Cendera Rizky Anugrah
Bangun
Date: 2025.07.23
10:16:46 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Felicia
NIM : 00000073148
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 MANAGEMENT UNTUK
MENINGKATKAN BRAND AWARENESS DAN ENGAGEMENT DI GAIA
BUMI RAYA CITY MALL**

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,



(Felicia)

KATA PENGANTAR

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

“AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MANAGEMENT UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS DAN ENGAGEMENT DI GAIA BUMI RAYA CITY MALL” 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. Bapak Agus Kustiwa, S.Sos, M.Si sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Bapak/Ibu Dosen selaku Ketua Sidang dan Bapak/Ibu Dosen selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Bapak Onov Siahaan, ibu Karina selaku Supervisor dan pembimbing lapangan yang sudah memberikan arahan, masukan dan mengedukasi selama proses kerja magang.
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Magang ini.

8. Seluruh teman- teman saya Vina,Amel,Angel,Zizi,Anastasia yang telah memberikan saya semangat untuk menyelesaikan tugas serta laporan kerja magang.

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

Tangerang, 27 Juni 2025



Felicia



AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MANAGEMENT UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS DAN ENGAGEMENT DI GAIA BUMI RAYA CITY MALL

Felicia

ABSTRAK

Latar belakang pemilihan tempat magang adalah meningkatnya peran media sosial dalam strategi pemasaran digital, khususnya di sektor ritel dan pusat perbelanjaan yang semakin kompetitif dalam sepuluh tahun terakhir. Tujuan dari proses magang ini adalah untuk mengimplementasikan konsep manajemen media sosial pada perusahaan tempat proses magang. Perusahaan yang menjadi tempat proses magang adalah Gaia Bumi Raya City Mall, sebuah pusat perbelanjaan modern yang berlokasi di Pontianak dan memiliki divisi Marketing Communication yang aktif menjalankan aktivitas digital branding. Posisi yang dipilih dalam aktivitas proses magang *Marketing Communication Intern* dengan fokus pada sub-divisi *Social Media Marketing*. Deskripsi pekerjaan dalam posisi ini mencakup perencanaan konten, pembuatan konten dan dokumentasi, penulisan caption, pengelolaan kalender konten, analisis performa media sosial, serta dukungan pada program loyalitas pelanggan Gaia Club Member. Konsep yang digunakan dalam laporan magang ini adalah konsep komunikasi pemasaran digital dan manajemen media sosial. Kendala utama dalam proses kerja magang adalah minimnya briefing terstruktur serta keterbatasan ruang partisipasi strategis bagi pemagang. Setelah dilakukan aktivitas proses magang selama 640 jam, disimpulkan bahwa pengelolaan media sosial yang efektif memerlukan sinergi antara data analitik, kreativitas visual, serta koordinasi lintas tim yang solid agar dapat membangun brand engagement secara berkelanjutan.

Kata kunci: Content Strategy, Gaia Bumi Raya City Mall, Komunikasi Pemasaran digital, Loyalty Program, Social media Marketing

SOCIAL MEDIA MANAGEMENT ACTIVITIES TO ENHANCE BRAND AWARENESS AND ENGAGEMENT AT GAIA BUMI RAYA CITY MALL

Felicia

ABSTRACT (English)

The background for choosing the internship location is the growing importance of social media in digital marketing strategies, particularly within the retail and shopping mall sectors that have become increasingly competitive over the past decade. The purpose of this internship is to implement the concept of social media management in the company where the internship took place. The host company is Gaia Bumi Raya City Mall, a modern shopping center located in Pontianak, which operates an active Marketing Communication division focused on digital branding. The position undertaken during the internship was as a Marketing Communication Intern with a specialization in Social Media Marketing. The job description included content planning, caption writing, content calendar management, social media performance analysis, and support for the Gaia Club Member loyalty program. The concepts applied in this internship report are based on digital marketing communication and social media management. The main challenges during the internship were the lack of structured briefings and limited strategic involvement for interns. After completing 640 hours of internship, it was concluded that effective social media management requires the integration of data analytics, visual creativity, and strong cross-functional coordination in order to build sustainable brand engagement.

Keywords: *Content Strategy, Digital Marketing Communication, Gaia Bumi Raya City Mall, Loyalty Program, Social Media Management*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

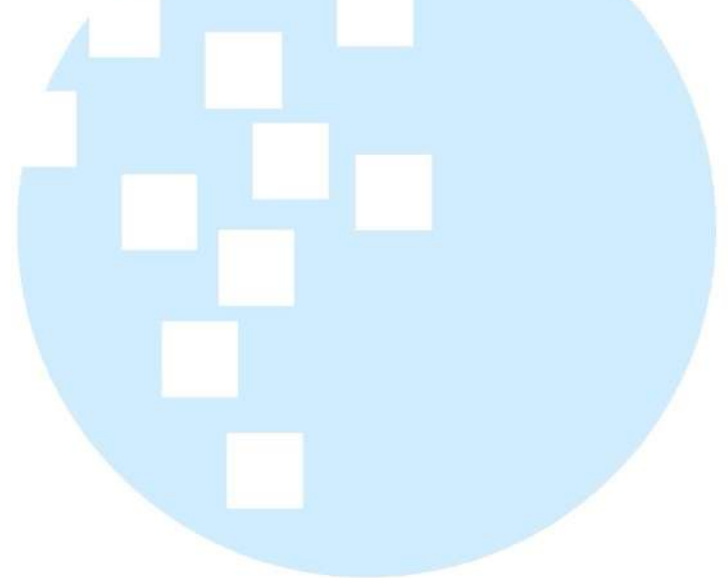
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT (English)</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang.....	7
1.2.1 Maksud Pelaksanaan Kerja Magang	7
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	8
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	8
BAB II GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI	11
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	11
2.2 Visi dan Misi Gaia Bumi Raya City Mall.....	13
2.2.1 Visi	13
2.2.2 Misi	14
2.3 Kanal Sosial Media Gaia Bumi Raya City Mall	14
2.4 Struktur Organisasi Gaia Bumi Raya City Mall	18

BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	28
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	28
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	28
3.2.1 Tugas Kerja Magang	29
3.2.3 Tugas Tambahan	51
3.3 Kendala yang Ditemukan.....	57
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	58
BAB IV PELAKSANAAN KERJA MAGANG	61
4.1 Simpulan	61
4.2 Saran.....	62
4.2.1 Perusahaan	62
4.2.2 Universitas	62
4.2.3 Mahasiswa.....	63
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN.....	67

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Penduduk Kota Pontianak Tahun 2024-2025.....	4
Tabel 3.1 Tugas Utama Magang Posisi <i>Marketing Communication</i>	30
Tabel 3.2 Tugas Tambahan Magang Posisi <i>Marketing Communication</i>	31



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Instagram Gaia Bumi Raya City Mall.....	3
Gambar 1.2 10 Media Sosial dengan Pengguna Terbanyak 2025	6
Gambar 2.1 Gambar Gaia Bumi Raya City Mall.....	11
Gambar 2.2 <i>Website</i> Gaia Bumi Raya City Mall	15
Gambar 2.3 Kanal Facebook Gaia Bumi Raya City Mall.....	16
Gambar 2.4 Kanal Instagram Gaia Bumi Raya City Mall	16
Gambar 2.5 Kanal LinkedIn Gaia Bumi Raya City Mall.....	17
Gambar 2.6 Struktur Organisasi Gaia Bumi Raya City Mall.....	18
Gambar 2.7 Struktur Departemen <i>Marketing Communication</i> Gaia Bumi Raya City Mall	22
Gambar 3.1 Pembuatan <i>Content Plan</i> Gaia Bumi Raya City Mall oleh Pemagang	36
Gambar 3.2 Pembuatan <i>Content Calendar</i> Gaia Bumi Raya City Mall oleh Pemagang	38
Gambar 3.3 Pembuatan <i>Caption Content</i> Gaia Bumi Raya City Mall oleh Pemagang	39
Gambar 3.4 Pembuatan <i>Content Analysis</i> Gaia Bumi Raya City Mall.....	41
Gambar 3.5 Pembuatan <i>Copywriting</i> dan <i>Video Concept</i> Gaia Bumi Raya City Mall	43
Gambar 3.6 <i>Weekly Report</i> Gaia Bumi Raya City Mall	45
Gambar 3.7 Laporan Mingguan <i>Loyalty</i> Gaia Bumi Raya City Mall	48
Gambar 3.8 Jawaban Laporan Mingguan <i>Loyalty</i> Gaia Bumi Raya City Mall	50
Gambar 3.9 <i>Video Editing</i> Pemagang terhadap Content Gaia Bumi Raya City mall	53
Gambar 3.10 Hasil <i>Engagement Social Media</i> Gaia Bumi Raya City.....	54
Gambar 3.11 Pengetikan Dokumen oleh Pemagang.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Formulir Bimbingan Magang	67
Lampiran 2 Surat Pengantar MKBM - MBKM 01	69
Lampiran 3 Kartu MKBM - MBKM 02	70
Lampiran 4 Daily Task MKBM.....	71
Lampiran 5 Lembar Verifikasi Laporan MKBM.....	72
Lampiran 6 Surat Penerimaan MKBM (LoA)	73
Lampiran 7 Semua Hasil Karya Tugas yang dilakukan selama MBKM	74
Lampiran 8 Curriculum Vitae	86
Lampiran 9 Sertifikat Penyelesaian MBKM.....	89
Lampiran 10 Hasil Turnitin.....	90

