

**AKTIVITAS PEMASARAN MEDIA SOSIAL DI CONTINUING
EDUCATION DEPARTMENT UMN**



LAPORAN MAGANG

VIRIANA

00000129164

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

**AKTIVITAS PEMASARAN MEDIA SOSIAL DI CONTINUING
EDUCATION DEPARTMENT UMN**



LAPORAN MAGANG

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

Viriana
00000129164

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

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Viriana

Nomor Induk Mahasiswa : 00000129164

Program Studi : PJJ Ilmu Komunikasi

Laporan dengan judul:

AKTIVITAS PEMASARAN MEDIA SOSIAL DI CONTINUING EDUCATION
DEPARTMENT UMN

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, 15 Juli 2025



(Viriana)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan dengan judul
AKTIVITAS PEMASARAN MEDIA SOSIAL DI CONTINUING EDUCATION
DEPARTMENT UMN

Oleh

Nama : Viriana
NIM : 00000129164
Program Studi : PJJ Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 24 Juli 2025
Pukul 13.00 s/d 14.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Digitally
signed by
Chininta

Chininta Rizka Angelia, S.I.Kom., M.Si..

NIDN 0320079201

Penguji



Helga Liliani Cakra Dewi, S.I.Kom., M.Comm

NIDN 0317089201

Pembimbing



Digitally
signed by
Chininta

Chininta Rizka Angelia, S.I.Kom., M.Si..

NIDN 0320079201

Ketua Program Studi PJJ Ilmu Komunikasi



Helga Liliani Cakra Dewi, S.I.Kom., M.Comm

NIDN 0317089201

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan dengan judul
AKTIVITAS PEMASARAN MEDIA SOSIAL DI CONTINUING EDUCATION
DEPARTMENT UMN

Oleh

Nama : Viriana
NIM : 00000129164
Program Studi : PJJ Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 15 Juli 2025

Pembimbing


Chininta Rizka Angelia, S.I.Kom., M.Si
NIDN 0320079201

Ketua Program Studi PJJ Ilmu Komunikasi


Helga Liliani Cakra Dewi, S.I.Kom., M.Comm
NIDN 0317089201

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Viriana
NIM : 00000129164
Program Studi : PJJ Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : AKTIVITAS PEMASARAN MEDIA
SOSIAL DI CONTINUING EDUCATION
DEPARTMENT UMN

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (**pilih salah satu**):

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 15 Juli 2025



(Viriana)

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul: “AKTIVITAS PEMASARAN MEDIA SOSIAL DI CONTINUING EDUCATION DEPARTMENT UMN” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar S1 Jurusan PJJ 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 ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan laporan 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, ST., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Helga Liliani Cakra Dewi, S.I.Kom., M.Comm., selaku Ketua Program Studi PJJ Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Chininta Rizka Angelia, S.I.Kom, M.Si, sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya laporan magang ini.
5. Johannes Tambing Boro, S.Pd., sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan magang ini.
6. Kepada Dosen Penguji Sidang Laporan Magang.
7. Kepada Continuing Education Department UMN yang telah memberikan dukungan dan semangat untuk menyelesaikan laporan MBKM.
8. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan magang ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat sebagai referensi banyak pihak di masa depan. Semoga laporan ini juga menjadi bukti dari perjalanan dan usaha saya hingga mencapai titik ini.

Tangerang, 15 Juli 2025



(Viriana)



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

AKTIVITAS PEMASARAN MEDIA SOSIAL DI CONTINUING EDUCATION DEPARTMENT UMN

(Viriana)

ABSTRAK

Laporan magang ini disusun berdasarkan pengalaman penulis selama mengikuti program magang di Continuing Education Department (CED) Universitas Multimedia Nusantara sebagai *Social Media Intern*, terhitung sejak 13 Januari hingga 29 April 2025. Pemilihan CED UMN sebagai tempat magang didasari oleh minat penulis terhadap pengelolaan media sosial dalam konteks pendidikan, serta keinginan untuk mengembangkan keterampilan komunikasi digital secara praktis. Selama menjalani magang, penulis terlibat dalam berbagai aktivitas seperti perencanaan konten, pembuatan *caption*, pengunggahan konten sesuai strategi, serta analisis performa media sosial melalui fitur *insight* Instagram. Proses kerja dilakukan secara kolaboratif dengan tim pemasaran, sehingga penulis juga memperoleh pengalaman dalam diskusi strategi serta penyesuaian visual dan gaya bahasa yang sesuai dengan identitas merek CED UMN. Dari pengalaman tersebut, penulis menyimpulkan bahwa: (1) penulis memperoleh pemahaman praktis mengenai peran *Social Media Intern*; (2) mampu menerapkan teori-teori komunikasi yang dipelajari di perkuliahan; (3) berhasil mengembangkan keterampilan lunak dan teknis seperti komunikasi profesional, *editing* video, dan analisis data media sosial; serta (4) memperluas jejaring profesional melalui kerja sama dengan manajer dan staf CED UMN. Penulis merekomendasikan agar CED UMN secara rutin melakukan evaluasi performa media sosial dan melibatkan berbagai pihak, seperti staf, alumni, dan peserta program dalam proses produksi konten guna meningkatkan keberagaman visual serta *engagement* audiens.

Kata kunci: *Brand Awareness, Social Media Intern, Social Media Marketing*

SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITIES AT THE CONTINUING EDUCATION DEPARTMENT UMN

(Viriana)

ABSTRACT

This internship report is based on the author's experience during an internship program at the Continuing Education Department (CED) of Universitas Multimedia Nusantara, serving as a Social Media Intern from January 13 to April 29, 2025. The choice of CED UMN as the internship placement was driven by the author's interest in social media management within the educational context and the desire to develop practical digital communication skills. During the internship, the author was involved in various activities, including content planning, caption writing, content uploading based on strategy, and social media performance analysis using Instagram Insights. The workflow was carried out collaboratively with the marketing team, allowing the author to gain experience in strategic discussions, as well as in adjusting visual elements and tone of voice in line with CED UMN's brand identity. From this experience, the author concludes that: (1) the internship provided a practical understanding of the role of a Social Media Intern; (2) communication theories learned in university were successfully applied in the workplace; (3) both soft and hard skills, such as professional communication, video editing, and social media analytics, were developed; and (4) professional networks were expanded through collaboration with the CED UMN manager and staff. The author recommends that CED UMN conduct regular evaluations of social media performance and involve various parties—such as staff, alumni, and program participants—in content production to enhance visual diversity and audience engagement.

Keywords: *Brand Awareness, Social Media Intern, Social Media Marketing*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang	3
1.3 Waktu dan Prosedur Kerja Magang.....	4
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	6
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	6
2.1.1 Visi Misi Perusahaan	7
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	8
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	10
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	10
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	10
3.3 Kendala yang Ditemukan.....	19
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	20
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	21
4.1 Simpulan	21
4.2 Saran	22
DAFTAR PUSTAKA.....	24
LAMPIRAN.....	26

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas Kerja Magang.....	10
-----------------------------------	----



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

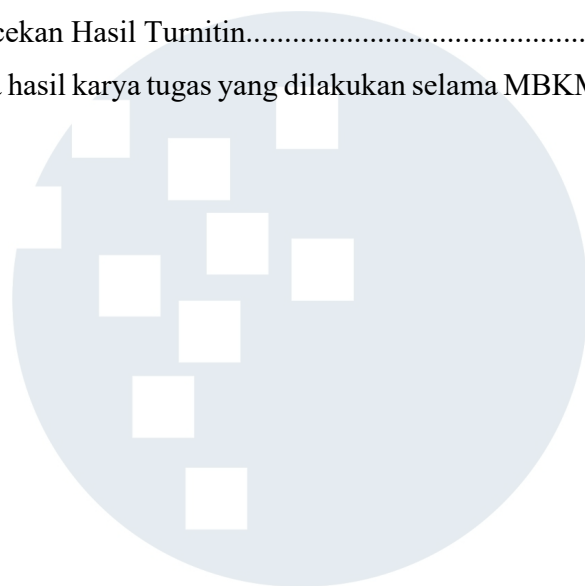
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jaringan sosial paling populer di seluruh dunia.....	1
Gambar 2.1 Logo Continuing Education Department.....	8
Gambar 2.2 Struktur Organisasi (CED UMN).....	9
Gambar 3.1 <i>Content Calendar</i> Februari 2025.....	12
Gambar 3.2 Konten Pilar Edukatif.....	14
Gambar 3.3 Konten Pilar Informatif.....	15
Gambar 3.4 Konten Pilar Interaktif.....	16
Gambar 3.5 Konten <i>Reels</i> Edukatif.....	17
Gambar 3.6 <i>Reels</i> “ <i>Learn Indonesian with BIPA UMN!</i> ”	18



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Pengantar MBKM - MBKM 01.....	27
Lampiran B Kartu MBKM - MBKM 02.....	28
Lampiran C <i>Daily Task</i> MBKM - MBKM 03.....	29
Lampiran D Lembar Verifikasi Laporan MBKM - MBKM 04.....	34
Lampiran E Surat Penerimaan MBKM (LoA).....	35
Lampiran F Pengecekan Hasil Turnitin.....	36
Lampiran G Semua hasil karya tugas yang dilakukan selama MBKM.....	37



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA