

**PERAN SPESIALIS MEDIA SOSIAL DI AGEN PEMASARAN
DIGITAL CIRCA IDEAWORKS**



LAPORAN MAGANG

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

KEIANDRA SHARIKHA FAJRIAN

00000068445

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Keiandra Sharikha Fajrian

Nomor Induk Mahasiswa : 00000068445

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

PERAN SPESIALIS MEDIA SOSIAL DI AGEN PEMASARAN DIGITAL CIRCA IDEAWORKS

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, 1 Juli 2025



Keiandra Sharikha Fajrian

UMNI
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan Magang dengan judul
**PERAN SPESIALIS MEDIA SOSIAL DI AGEN PEMASARAN DIGITAL
CIRCA IDEAWORKS**

Oleh
Nama : Keiandra Sharikha Fajrian
NIM : 00000068445
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 30 Juni 2025

Pembimbing



Vega Karina Andira Putri, S.Sos. M.Si.
NIDN 0307128703

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Irwan
Fakhruddin

2025.07.01
03:09:10 +07'00'
2025.001.20531

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

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**PERAN SPESIALIS MEDIA SOSIAL DI AGEN PEMASARAN DIGITAL
CIRCA IDEAWORKS**

Oleh

Nama : Keiandra Sharikha Fajrian
NIM : 00000068445
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

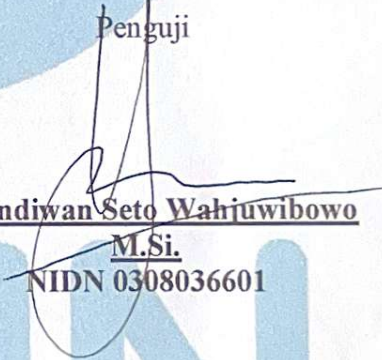
Telah diujikan pada hari Kamis, 17 Juli 2025
Pukul 00.00 s.d 00.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji


Vega Karina Andira Putri, S.Sos,
M.Si.
NIDN 0307128703


Dr. Indriawan Seto Wahjuwibowo
M.Si.
NIDN 0308036601

Pembimbing


Vega Karina Andira Putri, S.Sos, M.Si.
NIDN 0307128703

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


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 : Keiandra Sharikha Fajrian

NIM : 00000068445

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 Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PERAN SPESIALIS MEDIA SOSIAL DI AGEN PEMASARAN DIGITAL CIRCA IDEAWORKS

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

Tangerang, 30 Juni 2025

Yang menyatakan,



Keiandra Sharikha Fajrian

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 Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul:

“PERAN SPESIALIS MEDIA SOSIAL DI AGEN PEMASARAN DIGITAL CIRCA IDEAWORKS” 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 Vega Karina Andira Putri, S.Sos, M.si. sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Bapak/Ibu Dosen selaku Ketua Sidang dan Bapak Dr. Indiwani Seto Wahjuwibowo, M.Si. selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. 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, 30 Juni 2025


Keiandra Sharikha Fajrian

PERAN SPESIALIS MEDIA SOSIAL DI AGEN PEMASARAN DIGITAL CIRCA IDEAWORKS

Keiandra Sharikha Fajrian

ABSTRAK

Tumbuh pesatnya industri agensi digital dalam satu dekade terakhir mendorong kebutuhan akan pengelolaan media sosial yang strategis dan terukur. Tujuan dari kerja magang ini adalah untuk mengimplementasikan konsep social media marketing yang telah dipelajari di perkuliahan, khususnya dalam mata kuliah *Social Media and Mobile Marketing*. Perusahaan tempat kerja magang adalah Circa Ideaworks, sebuah agensi digital kreatif lokal yang dikenal dengan pendekatan *hyperlocal* dalam strategi komunikasi digital. Posisi yang dijalani adalah *Social Media Specialist Intern* di bawah Departemen Digital Marketing. Tugas utamanya meliputi pengelolaan akun media sosial klien, menjadwalkan konten, merekap data performa konten, serta turut terlibat sebagai *content talent* dalam produksi konten digital. Konsep yang digunakan dalam laporan ini mencakup strategi media sosial, analisis engagement, dan pendekatan konten organik. Kendala yang dihadapi selama magang adalah perbedaan praktik teknis lapangan dengan materi pembelajaran di kelas, seperti proses analisis data real time dan koordinasi tim produksi. Kesimpulan dari kegiatan magang ini menunjukkan pentingnya adaptasi cepat terhadap dinamika kerja industri digital, serta perlunya penguatan pemahaman praktis dalam analisis performa dan produksi konten media sosial.

Kata kunci: Media Sosial, Keterlibatan Audiens, Pemasaran Digital



THE ROLE OF A SOCIAL MEDIA SPECIALIST AT THE DIGITAL AGENCY CIRCA IDEAWORKS

Keiandra Sharikha Fajrian

ABSTRACT

The rapid growth of the digital agency industry over the past decade has driven the increasing need for strategic and measurable social media management. The purpose of this internship was to implement the concepts of social media marketing learned during university lectures, particularly in the Social Media and Mobile Marketing course. The internship was conducted at Circa Ideaworks, a local digital creative agency known for its hyperlocal approach in digital communication strategies. The position held was Social Media Specialist Intern under the Digital Marketing Department. Main responsibilities included managing clients' social media accounts, scheduling content, compiling content performance data, and participating as a content talent in digital content production. This report applies concepts such as social media strategy, engagement analysis, and organic content approaches. One of the main challenges faced during the internship was the gap between theoretical knowledge and real-world technical practices, such as real time data analysis and coordination with production teams. The conclusion highlights the importance of quick adaptation to the dynamics of the digital industry and the need to strengthen practical understanding of performance analysis and social media content production.

Keywords: *Social Media, Engagement, Digital Marketing*

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

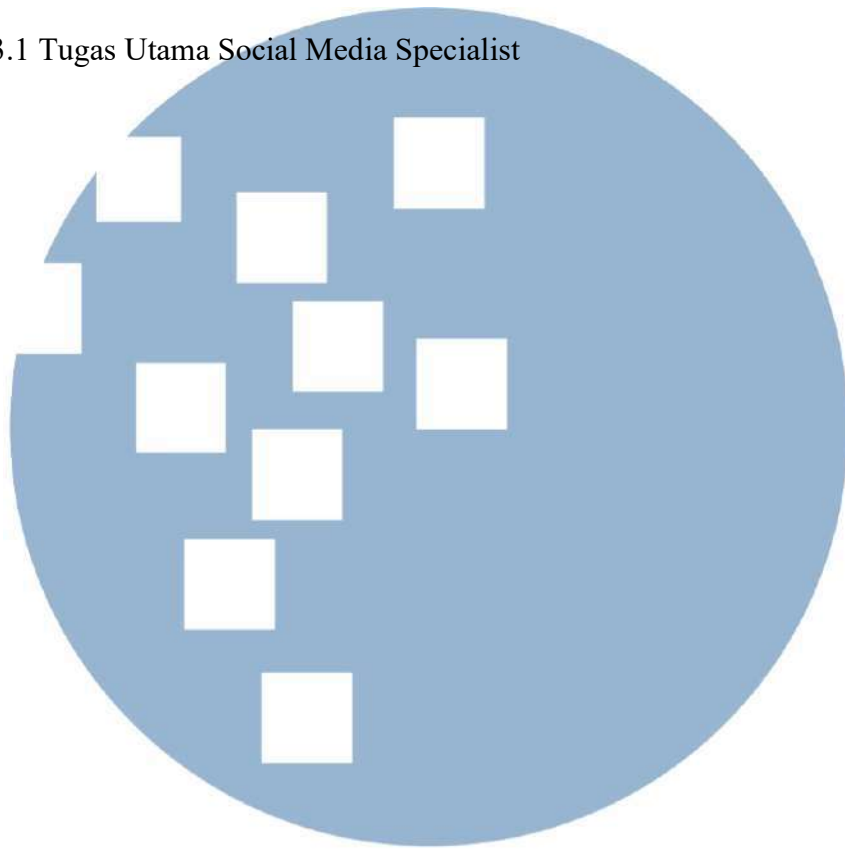
DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</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	6
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	6
BAB II GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI	9
2.1 Tentang Circa Ideaworks	9
2.2 Visi Misi Circa Ideaworks	10
2.3 Struktur Organisasi Circa Ideaworks	11
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	14
4.1 Kedudukan dalam Kerja Magang	14
4.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang	15
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	42
4.1 Simpulan	42
4.2 Saran	44
DAFTAR PUSTAKA	46
LAMPIRAN	47

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas Utama Social Media Specialist

15



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.1 Statistik Terkini: Digital Marketing & Social Media 2025	1
Gambar 1.1.2 Konten Instagram Mixagrip	4
Gambar 1.1.3 Konten Instagram Mixagrip	4
Gambar 2.1.1 Logo Circa Ideaworks	9
Gambar 2.3.1 Struktur Organisasi Circa Ideaworks	11
Gambar 2.3.2 Struktur Departemen Digital	12
Gambar 3.1.1 Struktur Departemen Digital	14
Gambar 3.2.2.1 Sheets Report Recap Content Instagram Suzuki Indonesia	18
Gambar 3.2.2.2 Sheets Report Recap Content X Suzuki Indonesia	19
Gambar 3.2.2.3 Sheets Report Recap Content Youtube Suzuki Indonesia	19
Gambar 3.2.2.4 Fanpage Karma Content Insight TikTok Suzuki Indonesia	20
Gambar 3.2.2.5 Youtube Studio Content Insight Youtube Shorts Suzuki Indonesia	21
Gambar 3.2.2.6 Sprouts Social Content Insight X Suzuki Indonesia	21
Gambar 3.2.2.7 Meta Content Insight Facebook & Instagram Suzuki Indonesia	22
Gambar 3.2.2.8 Mixagrip Social Media Report (Competitors Review)	23
Gambar 3.2.2.9 Giveaway Winner Sheets Akun X Suzuki Indonesia	24
Gambar 3.2.2.10 Mixagrip Giveaway Report & Winner Sheets	25
Gambar 3.2.2.11 Kalpanax Giveaway Report & Winner Sheets	26
Gambar 3.2.2.12 Instagram Kalpanax_id	28
Gambar 3.2.2.13 Instagram Mixagripcocok	28
Gambar 3.2.2.14 Timeline Content Plan Instagram Kalpanax	29
Gambar 3.2.2.15 Audience Insight Instagram Kalpanax	30
Gambar 3.2.2.16 Timeline Content Plan Instagram Mixagrip	31
Gambar 3.2.2.17 Audience Insight Instagram Mixagrip	31
Gambar 3.2.2.18 AI Content Mixagrip	32-33
Gambar 3.2.2.19 Shooting Brand Mixagrip	35
Gambar 3.2.2.20 Tiktok Sakatonik Activ	35
Gambar 3.2.2.21 Shooting Materi Pitching Promag	36
Gambar 3.2.2.22 Tiktok Sakatonik Activ	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	47
MBKM-01 Cover Letter	47
Surat Keterangan Magang	48
MBKM-02 MBKM Internship Track 1 Card	49
MBKM-03 Daily Task	50
Form KM-04 Kehadiran Kerja Magang	51
Form KM-05 Laporan Realisasi Kerja Magang	52
KM-07 Lembar Verifikasi Laporan Magang	53
Formulir Bimbingan Magang	54

