

**PERAN SOCIAL MEDIA SPECIALIST DALAM
MEMBANGUN EMPLOYER BRANDING MELALUI
AKUN MEDIA SOSIAL ALFA KARIR**



LAPORAN MAGANG

STEFANIE

00000076810

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

2025

**PERAN SOCIAL MEDIA SPECIALIST DALAM
MEMBANGUN EMPLOYER BRANDING MELALUI
AKUN MEDIA SOSIAL ALFA KARIR**



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

STEFANIE

00000076810

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

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : STEFANIE

Nomor Induk Mahasiswa 00000076810

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

**PERAN SOCIAL MEDIA SPECIALIST DALAM MEMBANGUN EMPLOYER
BRANDING MELALUI AKUN MEDIA SOSIAL ALFA KARIR**

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



(Stefanie)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul

PERAN SOCIAL MEDIA SPECIALIST DALAM MEMBANGUN EMPLOYER BRANDING MELALUI AKUN MEDIA SOSIAL ALFA KARIR

Oleh
Nama : STEFANIE
NIM : 00000076810
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Jumat, 18 Juli 2025
Pukul 10:00 s/d 11:00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji


Dr. Nuria Astagini, S.Sos., M.Si.
NIDN 0404038205


Anton Binsar, S. Sos., M.Si.
NIDN 0309027705

Pembimbing


Dr. Nuria Astagini, S. Sos., M.Si.
NIDN 0404038205

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., 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 : STEFANIE
NIM : 0000076810
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:

PERAN SOCIAL MEDIA SPECIALIST DALAM MEMBANGUN EMPLOYER BRANDING MELALUI AKUN MEDIA SOSIAL ALFA KARIR

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,



(STEFANIE)

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 SOCIAL MEDIA SPECIALIST DALAM MEMBANGUN EMPLOYER BRANDING MELALUI AKUN MEDIA SOSIAL ALFA KARIR”

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 Dr. Nuria Astagini, 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/Ibu Dosen selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral
7. Kepada Perusahaan PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk yang telah menerima dan bersedia menerima penulis selama melakukan program magang.
8. Pak Raja Pamungkas Batara Gultom sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan Magang.

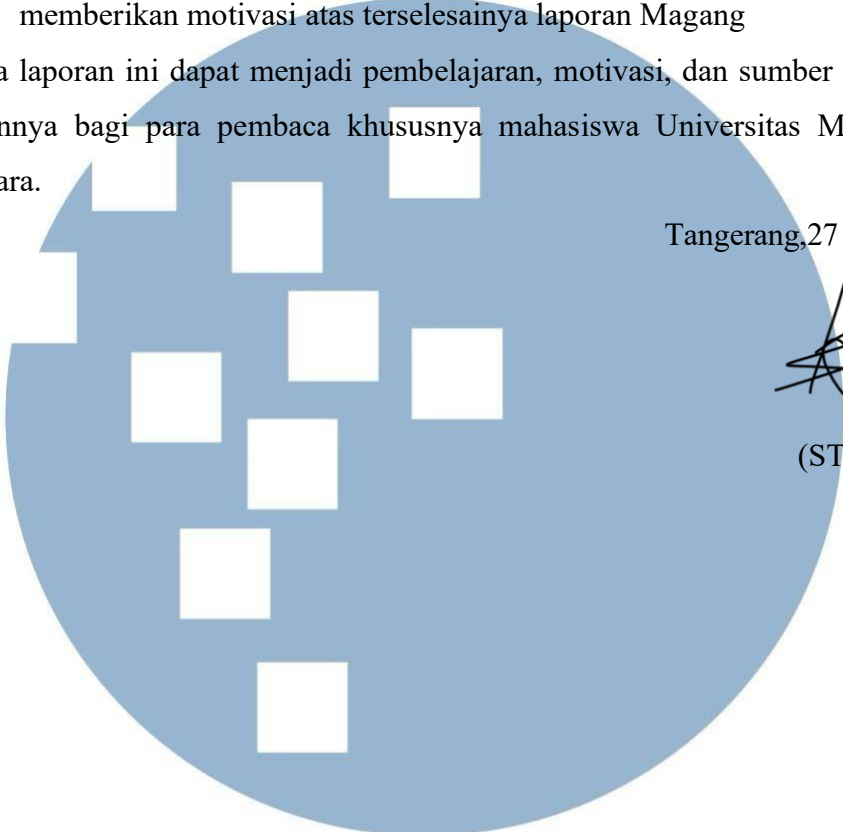
9. Kepada Rekan Magang yang telah membantu dalam program magang dan memberikan motivasi atas terselesainya laporan Magang

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

Tangerang, 27 Juni 2025



(STEFANIE)



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERAN SOCIAL MEDIA SPECIALIST DALAM MEMBANGUN EMPLOYER BRANDING MELALUI AKUN MEDIA SOSIAL ALFA KARIR

STEFANIE

ABSTRAK

Employer branding merupakan salah satu strategi perusahaan untuk membangun citra yang positif di kalangan karyawan dan calon karyawan. Salah satu perusahaan yang menggunakan strategi ini adalah PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk atau yang dikenal sebagai Alfamart. Dalam membangun *employer branding*, Alfamart menggunakan media sosial dengan akun Alfa Karir. Melalui akun ini, Alfamart sebagai jaringan ritel besar telah mengintegrasikan strategi digital dalam proses rekrutmen karyawan, khususnya di media sosial Instagram dan Tiktok. Peran *Social Media Specialist* membangun *employer branding* melalui Alfa Karir antara lain merencanakan, melakukan produksi dan evaluasi konten digital. Selain itu, kegiatan *live streaming* juga dilakukan untuk mendukung *employer branding* perusahaan. Beberapa kendala yang muncul selama menjalankan tugas antara lain adalah keterbatasan waktu, proses komunikasi dan keterbatasan sarana dan prasarana. Sehingga solusi yang diberikan adalah melakukan penjadwalan secara lebih terstruktur, meningkatkan koordinasi dan komunikasi internal, serta meningkatkan kemampuan adaptasi terhadap teknologi.

Kata kunci: *Social Media Specialist, Employer Branding, Rekrutmen, Alfa Karir, Media Sosial*

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

The Role of Social Media Specialists in Developing Employer Branding t hrough the Social Media Platforms of Alfa Karir

STEFANIE

ABSTRACT

Employer branding is one of the company's strategies to build a positive image among employees and potential candidates. One of the companies implementing this strategy is PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk, commonly known as Alfamart. To strengthen its employer branding, Alfamart utilizes social media through its Alfa Karir account. Through this platform, Alfamart, as a major retail network, has integrated digital strategies into its employee recruitment process, particularly on Instagram and TikTok.

The role of a Social Media Specialist in building employer branding through Alfa Karir includes planning, producing, and evaluating digital content. In addition, live streaming activities are also carried out to support the company's employer branding efforts. Several challenges encountered during the execution of tasks include limited time, communication processes, and inadequate facilities and infrastructure. Therefore, the proposed solutions involve implementing a more structured schedule, improving internal coordination and communication, and enhancing adaptability to technology.

Keywords: *SocialMediaSpecialist, EmployerBranding, Recruitment, Alfakarir, Social Media*

U M N
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 ISI

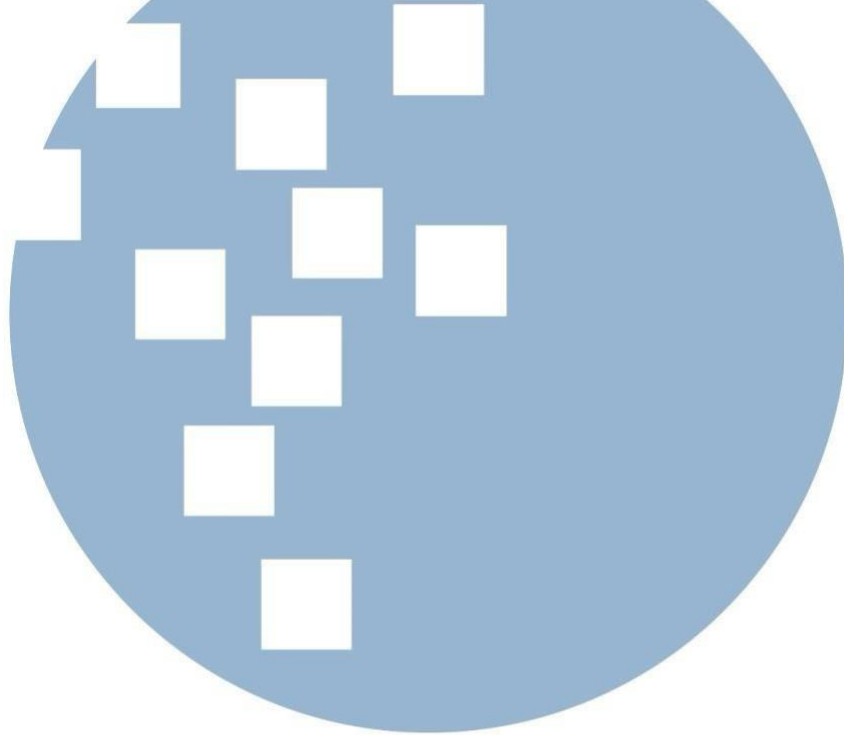
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang	5
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	6
1.1.1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang.....	6
1.1.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	6
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	8
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan Alfamart.....	8
2.2 Visi Misi Alfamart.....	10
2.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	12
2.3.1 Divisi Human Capital	16
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	19
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang	19
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang	20
3.1.1 Tugas Kerja Magang	20
3.1.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang.....	24
3.3 Kendala Utama	49
3.4 Solusi.....	50
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	52
4.1 Simpulan.....	52
4.2 Saran.....	53
4.2.1 Saran untuk Perusahaan	53
4.2.2 Saran untuk Universitas.....	53
4.2.3 Saran untuk Mahasiswa.....	53
DAFTAR PUSTAKA.....	54
LAMPIRAN.....	57

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 KPI Social Media Specialist Alfa Karir

Tabel 3.2 Tanggung Jawab Penulis Selama Menjalani Program Magang



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1.1 Akun Media Sosial Tiktok Alfa Karir Alfamart
Gambar 2.1 Company Profile 2019
Gambar 2.2 Logo Alfamart
Gambar 2.3 Struktur Organisasi Alfamart
Gambar 2.4 Struktur Department *Recruitment & Assessment*
Gambar 3.1 *Workflow Social Media Specialist* Intern Alfa Karir
Gambar 3.2. Employee Value Point Alfa Karir
Gambar 3.3 Tematik EVP 2025
Gambar 3.4 Tipe Tema Konten Alfa Karir
Gambar 3.5 Content Planning TikTok Alfa Karir
Gambar 3.6 Proses Pengambilan Dokumentasi
Gambar 3.7 Proses Editing Content
Gambar 3.8 Hasil Output Content
Gambar 3.9 Google Drive Pengumpulan Konten
Gambar 3.10 CopyWriting Caption pada Content Planning
Gambar 3.11 Copywriting Caption Content
Gambar 3.12 Evaluasi Konten Bulanan
Gambar 3.13 Hasil Evaluasi TikTok Dashboard
Gambar 3.14 Time Table Live Streaming
Gambar 3.15 Live Instagram Alfa Karir
Gambar 3.16 Live TikTok Alfa Karir
Gambar 3.17 Evaluasi Live Dashboard Instagram Alfa Karir
Gambar 3.18 Hasil Rekap Live Alfa Karir TikTok
Gambar 3.19 Admin Direct Message TikTok
Gambar 3.20 Admin Comment TikTok Alfa Karir
Gambar 3.21 Dokumentasi Lesehan Peduli Alfamart
Gambar 3.22 Pembagian Takjil Buka Puasa Divisi Human Capital
Gambar 3.23 Dokumentasi Halal Bi Halal Alfamart

U M M N
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 A Formulir Surat Pengantar Magang - Magang 01

Lampiran B Formulir Surat Kartu Magang- Magang 02

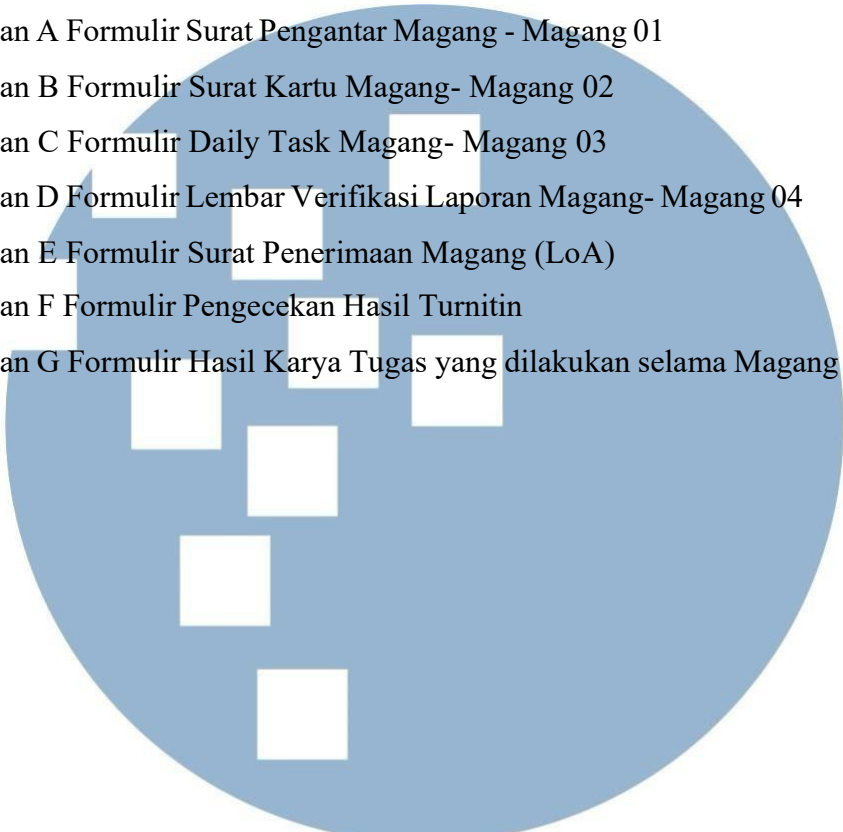
Lampiran C Formulir Daily Task Magang- Magang 03

Lampiran D Formulir Lembar Verifikasi Laporan Magang- Magang 04

Lampiran E Formulir Surat Penerimaan Magang (LoA)

Lampiran F Formulir Pengecekan Hasil Turnitin

Lampiran G Formulir Hasil Karya Tugas yang dilakukan selama Magang



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA