

**PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL
PT. STARMAS INTI ALUMINIUM INDUSTRY**



LAPORAN MAGANG MBKM

Naisya Da Matta Aralle

00000083318

UMN

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

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL
PT. STARMAS INTI ALUMINIUM INDUSTRY**



LAPORAN MAGANG MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.kom.)

Naisya Da Matta Aralle

00000083318

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

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Naisya Da Matta Aralle

Nomor Induk Mahasiswa 00000083318

Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang MBKM Penelitian dengan judul:

Pengelolaan Media Sosial PT.STARMAS INTI ALUMINIUM INDUSTRY

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

Tangerang, 10 Juli 2025



(Naisya Da Matta Aralle)

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

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan Magang dengan judul:
PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL
PT. STARMAS INTI ALUMINIUM INDUSTRY

Oleh
Nama : Naisya Da Matta Aralle
NIM : 00000083318
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 26 Juni 2025

Pembimbing



Dr. Endah Muwarni, M.Si

NIDN: 0327066402

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Digitally signed by

Cendera Rizky
Anugrah Bangun

Date: 2025.06.27

19:19:48 +07'00'

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

NIDN 0304078404

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang MBKM dengan judul
PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL PT.STARMAS INTI ALUMINIUM
INDUSTRY

Oleh

Nama : Naisya Da Matta Aralle

NIM 00000083318

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 10 Juli 2025

Pukul 13.00 s/d 14.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Dr. Endah Murwani, M.Si
NIDN: 0327066402

Penguji



Mujiono. S. Ikom., M.I. Kom.
NIDN: 0315108802

Pembimbing



Dr. Endah Murwani, M.Si
NIDN: 0327066402

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Digitally signed by
Cendera Rizky
Anugrah Bangun
Date: 2025.07.24
09:53:55 +07'00'

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

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Naisya Da Matta Aralle

NIM 00000083318

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya : Laporan Magang MBKM

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:

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,



(Naisya Da Matta Aralle)

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 selesainya penulisan Laporan Magang MBKM ini dengan judul: PERAN MARKETING COMMUNICATION PT.STARMAS INTI ALUMINIUM INDUSTRY TERHADAP E-COMMERCE (SOLIDOOR) dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Strata 1 Jurusan Ilmu Komunikasi Pada Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir 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, S.T., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Dr. Dra. Endah Murwani, M.Si., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Bapak Mujianto S. I.kom..M.I.Kom. sebagai dosen Penguji yang telah meluangkan waktu pada proses sidang berlangsung.
6. Audri Putri Wiguna S.I.Kom, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan Magang MBKM Penelitian.
7. Kepada Perusahaan PT.STARMAS INTI ALUMINIUM INDUSTRY
8. Keluarga Tercinta Ayah, Ibu, Tante, Kakek dan Adik saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.

9. Kepada kerabat dekat saya yaitu Raihan Lukmana, Mawidah Muthia Fitriani, Nazeefah Daniyah yang telah memberikan dukungan dan hiburan selama proses menyelesaikan laporan MBKM ini.
10. Seluruh *Staff* finished good PT.STARMAS INTI ALUMINIUM INDUSTRY yang telah memberikan banyak ilmu dan praktik kerja yang baik kepada penulis.
11. Serta nama yang tidak bisa disebutkan.

Semoga laporan magang ini dapat memberikan manfaat bagi penulis, Selain itu, diharapkan laporan ini dapat menjadi referensi dalam memahami pentingnya strategi komunikasi pemasaran, terutama dalam pemanfaatan social media untuk meningkatkan efektivitas pemasaran di e-commerce.

Penulis juga berharap bahwa pengalaman dan pembelajaran yang didapat selama magang dapat memberikan wawasan baru serta menjadi bekal berharga dalam menghadapi dunia kerja yang sesungguhnya. Kritik dan saran yang telah diberikan diharapkan bisa menjadi penyempurnaan laporan ini ke depannya.

Tangerang, 26 Juni 2025

UMIN

(Naisya Da Matta Aralle)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PENGELOLAAN SOCIAL MEDIA PT. STARMAS INTI ALUMINIUM INDUSTRY

Naisya Da Matta Aralle

ABSTRAK

Di era digital saat ini, media sosial dan e-commerce memegang peranan penting dalam strategi komunikasi pemasaran. Perusahaan dituntut untuk mampu membangun engagement yang kuat dengan audiens melalui konten yang relevan dan menarik. Hal ini mendorong ketertarikan mahasiswa terhadap dunia Social Media Marketing, khususnya dalam konteks industri bisnis. Ketertarikan tersebut kemudian direalisasikan melalui praktik kerja magang di PT. Starmas Inti Aluminium Industry perusahaan manufaktur aluminium yang aktif memanfaatkan media digital dalam aktivitas branding dan promosi. Tujuan dari pelaksanaan magang ini adalah untuk memahami bagaimana komunikasi pemasaran diterapkan dalam pengelolaan media sosial, menyusun strategi konten yang efektif, serta mengoptimalkan interaksi audiens guna mendukung peningkatan penjualan. Selain itu, magang ini juga bertujuan untuk mengembangkan kemampuan berpikir kreatif dan menyelesaikan masalah, serta mengimplementasikan teori dan materi yang telah dipelajari dalam mata kuliah *Social Media & Mobile Marketing*, *Creative Media Production*, dan *Transmedia & Copywriting*. Hasil dari magang menunjukkan bahwa mahasiswa memperoleh pemahaman praktis dalam perencanaan dan produksi konten digital, penerapan prinsip komunikasi dua arah, hingga pengelolaan insight dan traffic media sosial. Selain penguasaan tools, mahasiswa juga mengalami peningkatan signifikan dalam soft skill seperti adaptasi kerja, komunikasi tim, dan problem solving.

Kata Kunci: Komunikasi Pemasaran, Media Sosial, Perencanaan konten

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

SOCIAL MEDIA MANAGEMENT AT PT. STARMAS INTI ALUMINIUM INDUSTRY

Naisya Da Matta Aralle

ABSTRACT (English)

In today's digital era, social media and e-commerce play a crucial role in marketing communication strategies. Companies are expected to build strong engagement with audiences through relevant and appealing content. This situation sparked the student's interest in the field of Social Media Marketing, particularly in business contexts. This interest was realized through an internship at PT. Starmas Inti Aluminium Industry, a manufacturing company that actively utilizes digital media for branding and promotional activities. The objective of the internship was to understand how marketing communication is implemented through social media management, to develop effective content strategies, and to optimize audience interaction to support sales growth. Additionally, the internship aimed to enhance creative thinking, problem-solving skills, and the application of academic knowledge from courses such as Social Media & Mobile Marketing, Creative Media Production, and Transmedia & Copywriting. The results of the internship showed that the student gained practical understanding in digital content planning and production, applied two-way communication principles, and managed social media insights and traffic analysis. Beyond mastering digital tools, the internship also significantly improved soft skills such as adaptability, teamwork communication, and problem solving, all of which are essential for entering the creative and digital communication industry.

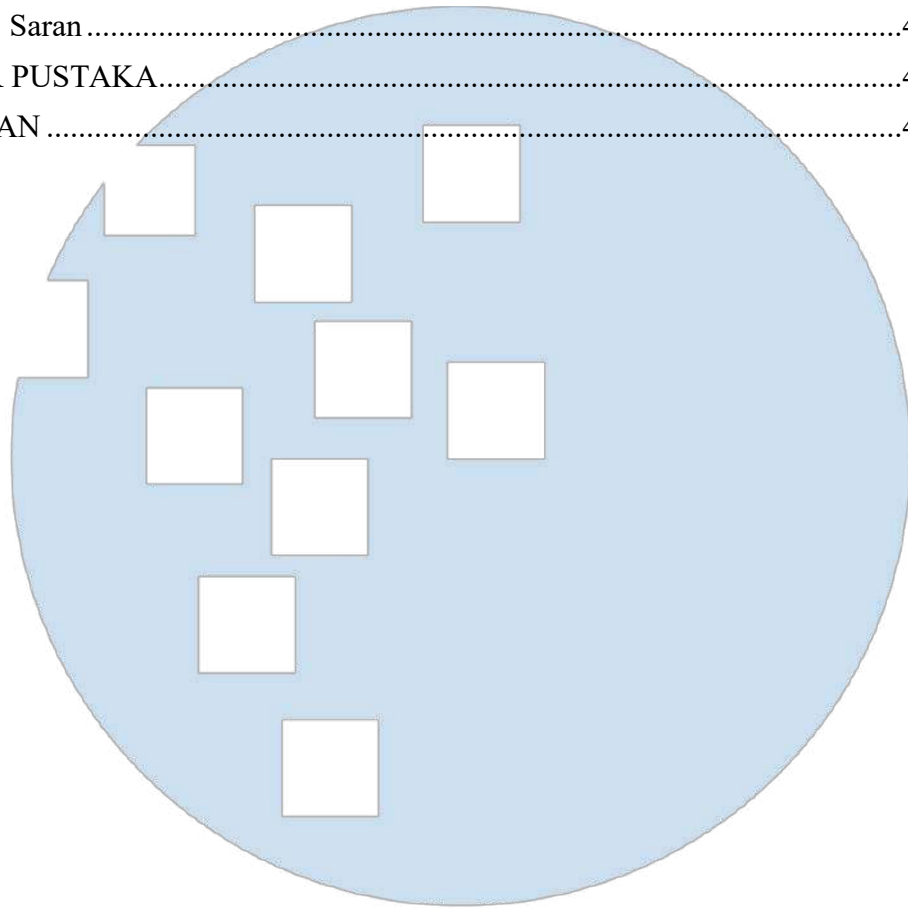
Keywords: *Marketing Communication, Social Media, Content Planning*

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 PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
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 Kerja Magang	3
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	4
1.3.1 Waktu pelaksanaan kerja magang	4
1.3.2 Prosedur pelaksanaan kerja magang	5
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	6
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	6
2.1.1 Visi Misi	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	11
3.2.1 Tugas kerja magang	11
3.2.2 Uraian kerja Magang	14
3.3 Kendala yang Ditemukan	38
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	38
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	40
4.1 Simpulan	40

4.2 : Saran.....	42
DAFTAR PUSTAKA.....	45
LAMPIRAN	46



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan.....	4
Table 2 3.1 Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan.....	12
Table 3.2 Uraian tugas selama magang.....	13



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Hastag yang digunakan dalam kategori pintu.....	15
Gambar 3. 2 hastag yang sering digunakan dalam katergori pintu.....	16
Gambar 3. 3 Creative Brief.....	17
Gambar 3. 4 Hasil Call To Action dari creative	18
Gambar 3. 5 Calender Social Media.....	19
Gambar 3. 6 Jadwal jam upload berdasarkan hari.....	20
Gambar 3. 7 Produksi konten pada Showroom dan tempat produksi.....	21
Gambar 3. 8 Editing konten video.....	22
Gambar 3. 9 Template warna produk Solidoor	24
Gambar 3. 10 Template warna produk Aluvista.....	24
Gambar 3. 11 Editing crousel dan poster promosi	25
Gambar 3. 12 konten yang diupload pada social media.....	26
Gambar 3. 13 interaksi pada story Instagram	28
Gambar 3. 14 Penjualan dari pemasangan Ads	29
Gambar 3. 15 Monthly Report Performance sosmed	32
Gambar 3. 16 poster untuk grand opening	34
Gambar 3. 17 artikel media partner.....	35
Gambar 3. 18 poster untuk Grand Opening.....	36
Gambar 3. 19 hasil dokumentasi Grand Opening.....	37
Gambar 3. 20 Permohonan Pembelian Icloud Storage.....	39

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

A Surat Pengantar Kerja Magang - MBKM 01.....	46
B. Surat Pengantar Kerja Magang - Formulir KM-02.....	47
C. Surat Pernyataan Penerimaan Magang	48
D. Kartu Magang Internship Track 1 - MBKM 02.....	49
E Daily Task - MBKM 03.....	50
F Lembar Verifikasi Laporan Magang MBKM – 04	71
G Formulir Konsultasi Magang.....	72
H. Pengecekan Hasil Turnitin.....	73
I. Curriculum Vitae.....	75
J. Dokumentasi Pelaksanaan Kerja Magang.....	76

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA