

**ANALISIS DATA VISUALISASI *SOCIAL MEDIA*
DAN LAPORAN STRATEGI DIGITAL DI
PT. RANS ENTERTAINMEN INDONESIA**



**Widiq Waskito Adimukti
00000079033**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS TEKNIK & INFORMATIKA
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**ANALISIS DATA VISUALISASI *SOCIAL MEDIA*
DAN LAPORAN STRATEGI DIGITAL DI
PT. RANS ENTERTAINMEN INDONESIA**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Komputer (S.Kom.)

Widiq Waskito Adimukti

00000079033

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS TEKNIK & INFORMATIKA
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Widiq Waskito Adimukti

Nomor Induk Mahasiswa : 00000079033

Program studi : Sistem Informasi

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

ANALISIS DATA VISUALISASI *SOCIAL MEDIA* DAN LAPORAN
STRATEGI DIGITAL DI PT. RANS ENTERTAINMEN INDONESIA

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

Tangerang, 18 Juli 2025



Widiq Waskito Adimukti

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Widiq Waskito Adimukti

NIM : 00000079033

Program Studi : Sistem Informasi

Fakultas : Teknik dan Informatika

JenisKarya : Laporan MBKM

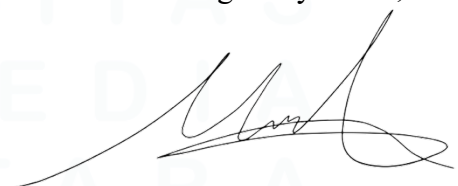
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

ANALISIS DATA VISUALISASI *SOCIAL MEDIA* DAN LAPORAN
STRATEGI DIGITAL DI PT. RANS ENTERTAINMEN INDONESIA

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalty 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, 18 Juli 2025

Yang menyatakan,



Widiq Waskito Adimukti

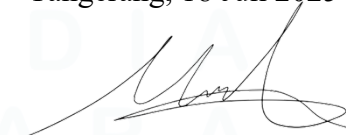
KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan MBKM ini dengan judul: “Analisis Data Visualisasi *Social Media* dan Laporan Strategi Digital di PT. RANS Entertainmen Indonesia” yang ditulis dengan tujuan memenuhi salah satu syarat mendapatkan gelar S.Kom jurusan Sistem Informasi, Fakultas Teknik dan Informatika. Tanpa dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, penyelesaian laporan ini akan sulit. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Eng. Niki Prastomo, S.T., M.Sc., selaku Dekan Fakultas Teknik dan Informatika Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Ririn Ikana Desanti, S.Kom., M.Kom., selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Rudi Sutomo, S.Kom., M.Si., M.Kom., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM ini.
5. Ibu Rian Ayu Susilowati S.Stat., sebagai Pembimbing Lapangan yang memberikan banyak ilmu yang tidak didapatkan selama di perkuliahan.
6. PT RANS Entertainmen Indonesia yang telah memberikan kesempatan untuk belajar dan mempraktikkan ilmu yang telah didapatkan selama perkuliahan melalui program magang.
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.

Semoga laporan MBKM ini dapat membantu bagi para pembaca untuk dapat memahami dan mendapatkan pengetahuan mengenai dunia profesional.

Tangerang, 18 Juli 2025



Widiq Waskito Adimukti

ANALISIS DATA VISUALISASI *SOCIAL MEDIA*

DAN LAPORAN STRATEGI DIGITAL DI

PT. RANS ENTERTAINMEN INDONESIA

Widiq Waskito Adimukti

ABSTRAK

Program magang merupakan sarana pengembangan menuju dunia profesional. Kegiatan ini dilaksanakan di PT RANS Entertainment Indonesia, perusahaan media digital yang memiliki bisnis luas di bidang hiburan digital. Permasalahan utama yang dihadapi adalah terbatasnya pemahaman terhadap praktik kerja nyata dalam pengelolaan data dan strategi media sosial. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memahami dan mengimplementasikan proses analisis pada media sosial seperti perancangan laporan strategis, sampai dengan pengelolaan kampanye digital.

Metode pelaksanaan dilakukan melalui pembagian tahapan kerja mulai dari pengenalan unit bisnis dan tools, observasi sistem kerja, pelaksanaan tugas analisis seperti resume mingguan, report performa, brand tap-in, hingga kampanye YouTube menggunakan berbagai tools seperti Fanpage Karma, Google Ads, dan YouTube Analytics. Selama pelaksanaan, ditemukan beberapa kendala seperti keterlambatan pengajuan tugas dari unit terkait, keterbatasan komunikasi dengan atasan, serta kesulitan awal dalam memahami sistem kerja dan unit bisnis. Kendala ini diatasi melalui perencanaan waktu yang lebih fleksibel, komunikasi, serta inisiatif belajar mandiri maupun diskusi dengan rekan kerja dari divisi lain.

Program ini menghasilkan peningkatan signifikan dalam pemahaman terhadap strategi digital, keterampilan pengolahan data media sosial, serta wawasan mengenai lingkungan kerja profesional. Selain mengasah kemampuan teknis, pengalaman ini juga memperkuat kemampuan adaptasi, kolaborasi, dan pemecahan masalah di tengah dinamika kerja industri kreatif.

Kata kunci: Analisis Media Sosial, Fanpage Karma, Google Ads, RANS

***SOCIAL MEDIA DATA VISUALIZATION ANALYSIS
AND DIGITAL STRATEGY REPORTING AT
PT RANS ENTERTAINMEN INDONESIA***

Widiq Waskito Adimukti

ABSTRACT

The internship program serves as a bridge toward the professional world. This activity was conducted at PT RANS Entertainment Indonesia, a digital media company with an extensive presence in the creative industry. The main issue addressed is the limited understanding of real-world practices in data management and social media strategy. The objective of this program is to understand and implement analytical processes related to social media, such as strategic report development and digital campaign management.

The method was carried out through several stages of work, including the introduction to business units and tools, observation of workflow systems, and execution of analytical tasks such as weekly performance summaries, performance reports, brand tap-ins, and YouTube campaigns. Various tools were utilized, including Fanpage Karma, Google Ads, and YouTube Analytics. Several challenges emerged during the process, including late task submissions from related units, limited communication with supervisors, and initial difficulty in understanding internal systems and business structures. These issues were resolved through better time management, improved communication, and proactive self-learning, as well as collaboration with team members from other departments.

The program significantly enhanced skills in digital strategy, social media data processing, and understanding of professional work environments. In addition to strengthening technical capabilities, the experience also fostered adaptability, teamwork, and problem-solving skills within the dynamic nature of the creative industry.

Keywords: *Fanpage Karma, Google Ads, RANS, Social Media Analysis*

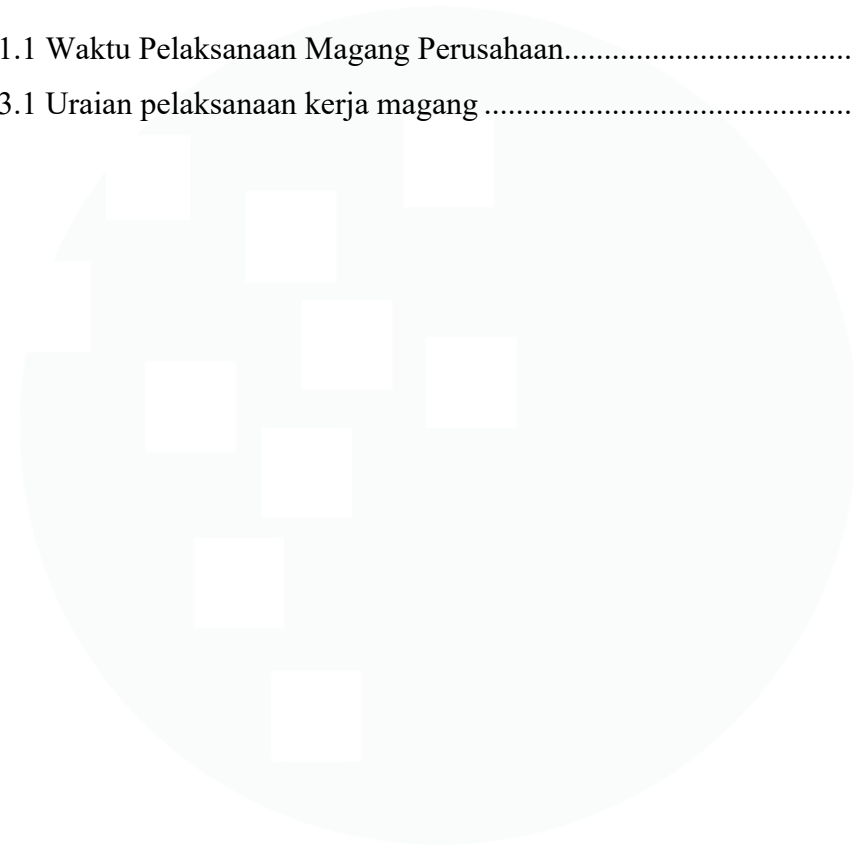
DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang	4
1.2.1. Maksud Kerja Magang	4
1.2.2. Tujuan Kerja Magang	5
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	6
1.3.1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	7
1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	11
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	15
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	15
2.1.1 Visi Misi	16
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	18
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	21
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	21
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	22
3.2.1 Pengenalan Lingkungan Kerja Mengenai PT RANS Entertainmen Indonesia dan RANS Group	24
3.2.2 Pengenalan dan <i>Trial Error Tools</i> serta Pembuatan <i>Report</i>	25
3.2.3 <i>Report Brand Tap In</i> BUND Lifetainment	28
3.2.4 <i>Youtube Ads Management</i>	30
3.2.5 <i>Resume Social Media 2025</i>	34

3.2.6	<i>Weekly Report Social Media RANS Group (RaffiNagita1717, RANS Entertainment, Tercipung Cipung, BUND Lifetainment, Powerransger, RANS Animation Studio, RANS Sportainment)</i>	41
3.2.7	<i>Weekly Report BUND Lifetainment</i>	47
3.2.8	<i>Performances Report RANS Animation Studio</i>	52
3.2.9	<i>Weekly Report Youtube RANS Entertainment</i>	57
3.2.10	<i>Report Brand Tap In RANS Entertainment & RaffiNagita1717</i>	61
3.2.11	<i>Performances Report RANS Sportainment</i>	66
3.2.12	<i>Collecting & Report Decreasing Followers RaffiNagita1717</i>	70
3.2.13	<i>Collecting Data Social Media Terkait Isu ISHG Berhubungan Dengan Dasco dan Raffi Ahmad</i>	72
3.3	Kendala yang Ditemukan	72
3.4	Solusi atas Kendala yang Ditemukan	73
BAB IV	SIMPULAN DAN SARAN	75
4.1	Simpulan	75
4.2	Saran	76
DAFTAR PUSTAKA		79
LAMPIRAN		81

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan.....	9
Tabel 3.1 Uraian pelaksanaan kerja magang	23



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 RANS Office.....	7
Gambar 2.1 Logo RANS Entertainment.....	15
Gambar 2.2 Struktur organisasi RANS Entertainment.....	19
Gambar 3.1 Kedudukan dan koordinasi pelaksana magang di RANS Entertainment	21
Gambar 3.2 Suasana kantor	25
Gambar 3.3 Contoh laporan sebagai referensi pembelajaran	26
Gambar 3.4 Contoh data mentah Youtube.....	26
Gambar 3.5 Contoh penggunaan <i>tools</i> Fanpage Karma	27
Gambar 3.6 Alur pengerjaan <i>report brand tap in</i> BUND Lifetainment.....	28
Gambar 3.7 Timeline / track SOW brand	29
Gambar 3.8 Hasil akhir laporan.....	30
Gambar 3.9 Alur kerja Youtube <i>campaign</i>	31
Gambar 3.10 Tipe <i>campaign</i> yang digunakan	32
Gambar 3.11 <i>Campaign</i> yang sedang berjalan	33
Gambar 3.12 Evaluasi <i>budget campaign</i>	33
Gambar 3.13 Alur pengerjaan resume social media performance.....	35
Gambar 3.14 Contoh data yang dikumpulkan dari Fanpage Karma.....	36
Gambar 3.15 Contoh data yang dikumpulkan dari Youtube Analytics.....	36
Gambar 3.16 Contoh data platform TikTok ke excel	37
Gambar 3.17 Filter menggunakan pivot table	38
Gambar 3.18 Data mentah dari Youtube ke spreadsheet.....	38
Gambar 3.19 Filter untuk menentukan periode yang tepat.....	39
Gambar 3.20 Rumus untuk menghitung <i>average view duration</i>	39
Gambar 3.21 Data <i>social media @raffinagita1717</i>	40
Gambar 3.22 Data <i>social media</i> RANS Entertainment	40
Gambar 3.23 Alur pengerjaan <i>weekly social media report</i>	42
Gambar 3.24 Filter menggunakan pivot table	43
Gambar 3.25 Contoh laporan dari <i>brand content</i>	43

Gambar 3.26 Contoh visualisasi <i>followers growth</i>	44
Gambar 3.27 Contoh pembuatan visualisasi <i>followers growth</i>	45
Gambar 3.28 Contoh laporan <i>top content</i> dan <i>peak hour</i>	45
Gambar 3.29 Contoh performances overview	46
Gambar 3.30 Hasil akhir weekly social media report.....	46
Gambar 3.31 Alur weekly BUND Lifetainment report	48
Gambar 3.32 Excel perbandingan data mingguan <i>social media</i> BUND Lifetainment	49
Gambar 3.33 Contoh laporan bagian demografi.....	50
Gambar 3.34 Visualisasi <i>followers growth</i> BUND Lifetainment x <i>competitor</i>	50
Gambar 3.35 Top content berdasarkan post interaction rate	51
Gambar 3.36 <i>Top content</i> Youtube.....	51
Gambar 3.37 Alur pengerjaan <i>performances report</i> RANS Animation Studio ...	53
Gambar 3.38 Kolaborasi RANS Animation Studio.....	54
Gambar 3.39 Instagram <i>assets</i>	55
Gambar 3.40 Youtube <i>assets</i>	55
Gambar 3.41 Series animasi dari program RANS Animation Studio	56
Gambar 3.42 Video performances (weekly).....	57
Gambar 3.43 Competitor analyst (<i>weekly</i>)	58
Gambar 3.44 Top 10 Videos: RANS x Competitor.....	59
Gambar 3.45 Youtube demography.....	60
Gambar 3.46 Pertumbuhan <i>viewers</i> dan <i>subscribers</i>	60
Gambar 3.47 <i>Breakdown</i> untuk tiap video	61
Gambar 3.48 <i>Summary</i> dari <i>performances</i> selama periode pelaporan	63
Gambar 3.49 Brand positioning.....	64
Gambar 3.50 Sample comments dari brand tap in.....	65
Gambar 3.51 <i>Benchmarking</i> kompetitor.....	66
Gambar 3.52 Posisi RANS Sportainment berdasarkan <i>post interaction rate</i>	67
Gambar 3.53 Post interaction rate vs follower growth	68
Gambar 3.54 Pertumbuhan <i>followers</i> RANS Sportainment	68
Gambar 3.55 Top content berdasarkan post interaction rate	69

Gambar 3.56 Top content berdasarkan total comments69

Gambar 3.57 Contoh laporan penurunan *followers* raffinagita171771



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

A. Surat Pengantar MBKM - MBKM 01	81
B. Kartu MBKM - MBKM 02	82
C. Daily Task MBKM - MBKM 03	83
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM - MBKM 04	103
E. Approval MBKM Magang	104
F. Surat Penerimaan MBKM (LoA)	105
G. Lampiran Lembar Konsultasi	106
H. Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin	107

