

**AKTIVITAS *SOCIAL MEDIA MARKETING*
DI AMANTARA BY AGUNG SEDAYU GROUP
(GREEN SEDAYU MALL)**



LAPORAN MAGANG

CATHERINE RAMLIAN

00000065907

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

2025

**AKTIVITAS *SOCIAL MEDIA MARKETING*
DI AMANTARA BY AGUNG SEDAYU GROUP
(GREEN SEDAYU MALL)**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

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

CATHERINE RAMLIAN

00000065907

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

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini pemegang,

Nama : Catherine Ramlian

Nomor Induk Mahasiswa : 00000065907

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

**AKTIVITAS *SOCIAL MEDIA MARKETING* DI AMANTARA BY AGUNG
SEDAYU GROUP (GREEN SEDAYU MALL)**

merupakan hasil karya pemegang sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah pemegang nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan magang maupun dalam pemagangan laporan magang, pemegang bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Magang yang telah pemegang tempuh.

Tangerang, 24 Juni 2025



Catherine Ramlian

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**AKTIVITAS *SOCIAL MEDIA MARKETING* DI AMANTARA
BY AGUNG SEDAYU GROUP (GREEN SEDAYU MALL)**

Oleh

Nama : Catherine Ramlian
NIM : 00000065907
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 15 Juli 2025
Pukul 10.00 s.d 11.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji


Charlie Tjokrodinata S.Kom., M.Sc.

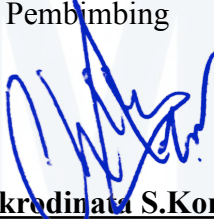
NIDN 0324098002

Theresia Lavietha Vivrie Lolita,

S.I.Kom., M.I.Kom.

NIDN 032701900

Pembimbing


Charlie Tjokrodinata S.Kom., M.Sc.

NIDN 0324098002

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, pemegang yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Catherine Ramlian
NIM : 00000065907
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 pemegang yang berjudul:

AKTIVITAS *SOCIAL MEDIA MARKETING* DI AMANTARA BY AGUNG SEDAYU GROUP (GREEN SEDAYU MALL)

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 pemegang selama tetap mencantumkan nama pemegang sebagai pemegang/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini pemegang buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 24 Juni 2025

Yang menyatakan,



Catherine Ramlian

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya pemagangan laporan magang ini dengan judul:

“AKTIVITAS *SOCIAL MEDIA MARKETING* DI AMANTARA BY AGUNG SEDAYU GROUP (GREEN SEDAYU MALL)” 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, pemangang 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, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara
4. Bapak Charlie Tjokrodinata, S.Kom., M.Sc. sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Bapak Charlie Tjokrodinata, S.Kom., M.Sc. selaku Ketua Sidang dan Ibu Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Bapak Stephanus Adrianta, sebagai *Operations Mall Deputy Division Head* Green Sedayu Mall.
7. Ibu Lestari sebagai *Operations Assistant Manager*, Ibu Laurensia sebagai *Marketing Communications Unit Deputy Head*, Ibu Jennifer sebagai *Advertising & Promotion Section Head*, Ibu Nathalie sebagai *Social Media Staff*, Ibu Vicella dan Bapak Raenanto sebagai *Graphic Designer*,

Ibu Cindy sebagai *Event & Community Staff*, Ibu Devi dan Ibu Meilyana sebagai *Tenant Relations Specialist*, Bapak Yodha sebagai *Casual Leasing & Sponsorship Assistant Manager*, Bapak David sebagai *General Services Staff*, Ibu Anggi sebagai *Operations Administrator* dan seluruh *staff* AMANTARA dan Green Sedayu Mall.

8. Vincent Dava Sutomo, Jessica Permatasari, Winny Theranata, dan Delvia Debora yang telah banyak membantu pemegang selama masa perkuliahan.
9. Keluarga pemegang 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, 24 Juni 2025



Catherine Ramlian



AKTIVITAS *SOCIAL MEDIA MARKETING*
DI AMANTARA BY AGUNG SEDAYU GROUP
(GREEN SEDAYU MALL)

Catherine Ramlian

ABSTRAK

Pentingnya media sosial dalam dunia pemasaran modern menjadi elemen strategis dalam membangun citra, menyampaikan informasi, dan membentuk keterlibatan dengan audiens. Dalam hal ini, Green Sedayu Mall hadir di media sosial dengan strategi konten yang konsisten, relevan, dan menarik. Hal ini bertujuan untuk mempertahankan loyalitas pengunjung sekaligus menarik audiens baru melalui pendekatan visual yang kreatif dan berbasis tren. Green Sedayu Mall merupakan salah satu properti ritel dari AMANTARA di bawah naungan Agung Sedayu Group yang terletak di kawasan Cengkareng, Jakarta Barat. Pemegang tertarik untuk menjalani pengalaman magang sebagai bagian dari tim Social Media Green Sedayu Mall karena branding yang kuat serta pendekatan digital yang aktif dan inovatif. Salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah kebutuhan untuk menyeimbangkan antara kreativitas konten dengan standar brand, serta keterbatasan waktu dalam proses produksi konten. Untuk mengatasi hal tersebut, pemegang meningkatkan koordinasi dengan tim kreatif, menyusun perencanaan konten yang fleksibel, serta memanfaatkan dokumentasi visual secara efisien. Dengan strategi komunikasi yang kolaboratif dan adaptif, Green Sedayu Mall mampu menjaga eksistensinya di media sosial sebagai *lifestyle* mall yang aktif, relevan, dan terhubung dengan komunitas urban Jakarta.

Kata kunci: *AMANTARA, Content Creation, Copywriting, Green Sedayu Mall, Social Media & Influencer Marketing*

**SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITY
AT AMANTARA BY AGUNG SEDAYU GROUP
(GREEN SEDAYU MALL)**

Catherine Ramlian

ABSTRACT

The importance of social media in modern marketing has become a strategic element in building brand image, delivering information, and fostering audience engagement. In this context, Green Sedayu Mall maintains an active presence on social media through consistent, relevant, and engaging content strategies. This aims to retain visitor loyalty while attracting new audiences through creative and trend-based visual approaches. Green Sedayu Mall is one of the retail properties under AMANTARA, part of Agung Sedayu Group, located in Cengkareng, West Jakarta. The intern chose to join the Social Media team at Green Sedayu Mall due to its strong branding and innovative digital approach. One of the main challenges faced was balancing content creativity with brand standards, as well as the limited time available for producing event-related content. To address this, the intern improved coordination with the creative team, developed more flexible content planning, and made efficient use of visual documentation. Through a collaborative and adaptive communication strategy, Green Sedayu Mall successfully maintains its digital presence as an active, relevant lifestyle mall that connects with Jakarta's urban community.

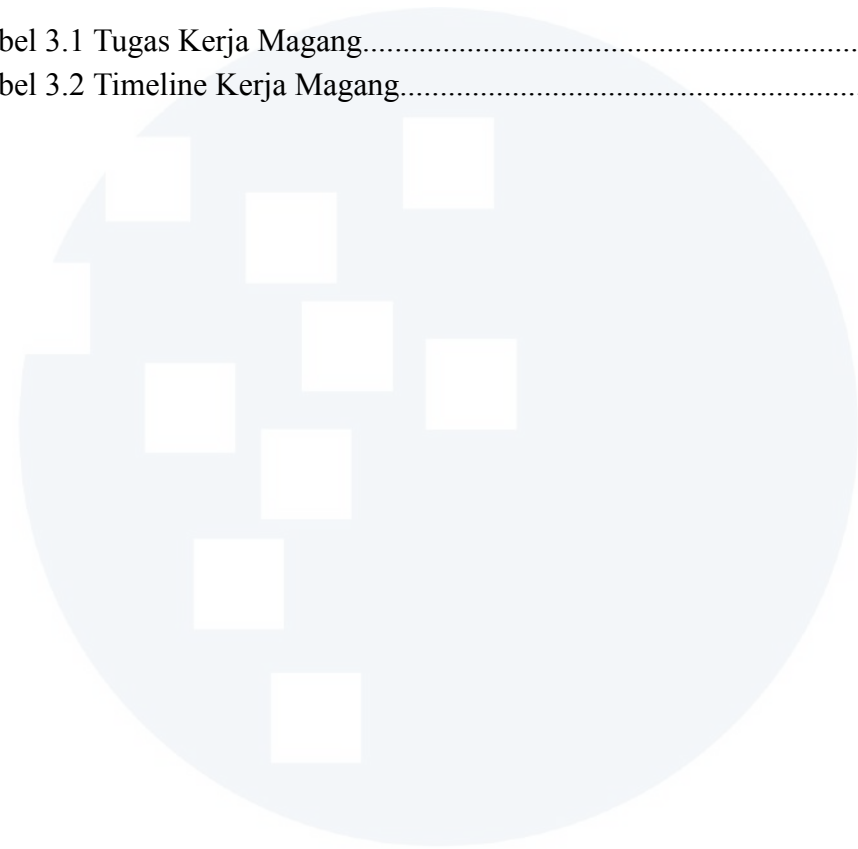
Keywords: AMANTARA, Content Creation, Copywriting, Green Sedayu Mall, Social Media & Influencer Marketing

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	2
HALAMAN PENGESAHAN	3
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	4
KATA PENGANTAR	5
ABSTRAK	7
<i>ABSTRACT</i>	8
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	7
BAB II	
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	10
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	10
2.2 Visi Misi	12
2.3 Struktur Organisasi Perusahaan	12
BAB III	
PELAKSANAAN KERJA MAGANG	18
3.1 Kedudukan dan Koordinasi dalam Kerja Magang	18
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang	19
BAB IV	
KESIMPULAN DAN SARAN	49
4.1 Kesimpulan	49
4.2 Saran	50
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN	56

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas Kerja Magang.....	21
Tabel 3.2 Timeline Kerja Magang.....	21



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Agung Sedayu Group Tower.....	10
Gambar 2.2 Logo AMANTARA.....	11
Gambar 2.3 Logo Green Sedayu Mall.....	11
Gambar 2.4 Struktur Manajerial AMANTARA.....	13
Gambar 2.5 Struktur Manajerial AMANTARA - Green Sedayu Mall.....	13
Gambar 2.6 Struktur Divisi Marketing Communications.....	14
Gambar 3.1 Content Plan Green Sedayu Mall.....	23
Gambar 3.2 Content Production Jejak & Tradisi: Cina Benteng.....	24
Gambar 3.3 Content Production Lunar Spectra.....	25
Gambar 3.4 Content Production Teaser Upcoming Tenant Januari.....	26
Gambar 3.5 Content Production Teaser Upcoming Tenant Februari.....	27
Gambar 3.6 Content Production TikTokers Wong Fu Kie.....	28
Gambar 3.7 Content Production Videotron.....	29
Gambar 3.8 Pengeditan Konten Reels.....	30
Gambar 3.9 Pembuatan Cover Reels.....	31
Gambar 3.10 Editing Konten Carousel Post.....	32
Gambar 3.11 Pembuatan Cover Feed Event dan Promo Tenant.....	33
Gambar 3.12 Pengajuan Approval Caption Reels & Posted Reels.....	36
Gambar 3.13 Pengajuan Approval Caption Feed & Posted Feed.....	37
Gambar 3.14 Pengajuan Approval Caption TikTok & Posted Content.....	38
Gambar 3.15 Pengajuan Approval Wording Email Blast & WA Blast.....	39
Gambar 3.16 Pengumpulan Rate Card KOL.....	41
Gambar 3.17 Influencer Brief Family Fun Fest.....	42
Gambar 3.18 Konten Reels KOL.....	42
Gambar 3.19 Interview Peserta Event Green Sedayu Mall.....	44
Gambar 3. 20 Interview Peserta Event Green Sedayu Mall.....	45

DAFTAR LAMPIRAN

A. Surat Pengantar Magang (KM-01).....	56
B. Surat Penerimaan Magang.....	57
C. Kartu Magang Internship Track 1 Card (KM-02).....	58
D. Daily Task Internship Track 1 (KM-03).....	59
E. Lembar Verifikasi Laporan Magang.....	60
F. Formulir Konsultasi Magang.....	61
G. Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin.....	62
H. Curriculum Vitae (CV).....	67

