

**PERAN SOCIAL MEDIA SPECIALIST PADA BRAND FOOD
AND BEVERAGE ALFAMART**



LAPORAN MAGANG

Grisella Vevilia Lauren

00000067986

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

**PERAN SOCIAL MEDIA SPECIALIST PADA BRAND FOOD
AND BEVERAGE ALFAMART**



LAPORAN MAGANG

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.IKom)

Grisella Vevilia Lauren

00000067986

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

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Grisella Vevilia Lauren

Nomor Induk Mahasiswa : 00000067986

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

PERAN SOCIAL MEDIA SPECIALIST PADA BRAND FOOD AND BEVERAGE ALFAMART

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

Tangerang, 2 Juni 2025



Grisella Vevilia Lauren

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan Magang dengan judul
**PERAN SOCIAL MEDIA SPECIALIST PADA BRAND FOOD AND
BEVERAGE ALFAMART**

Oleh
Nama : Grisella Vevilia Lauren
NIM : 00000067986
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 12 Juni 2025

Pembimbing

Digitally signed
by Lolita Lavietha
Date: 2025.06.22
14:02:22 +07'00'

Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIDN 0327019001

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Irwan Fakhruddin
2025.06.25
20:40:08 +07'00'
2025.001.20531

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

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**PERAN SOCIAL MEDIA SPECIALIST PADA BRAND FOOD AND
BEVERAGE ALFAMART**

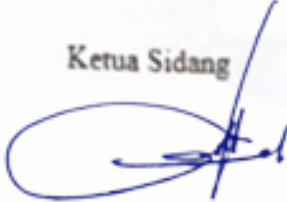
Oleh

Nama : Grisella Vevilia Lauren
NIM : 00000067986
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

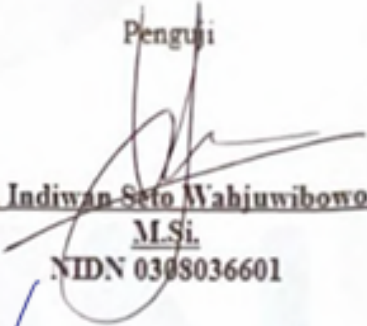
Telah diujikan pada hari Senin, 14 Juli 2025
Pukul 15.00 s.d 16.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

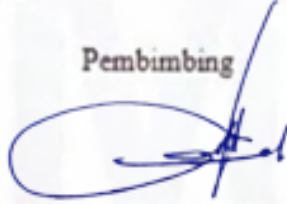
Ketua Sidang


Theresia Lavietha Vivrie Lolita,
S.I.Kom., M.I.Kom.
NIDN 0327019001

Penguji


Dr. Indiwati Seto Wahjuwibowo,
M.Si.
NIDN 0308036601

Pembimbing


Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIDN 0327019001

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

Digitally signed by
Cendera Rizky
Anugrah Bangun
Date: 2025.07.25
12:41:14 +07'00'

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Grisella Vevilia Lauren

NIM : 00000067986

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya : Laporan Magang

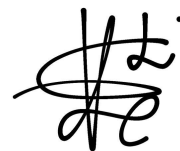
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PERAN SOCIAL MEDIA SPECIALIST PADA BRAND FOOD AND BEVERAGE ALFAMART

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, 2 Juni 2025

Yang menyatakan,



Grisella Vevilia Lauren

KATA PENGANTAR

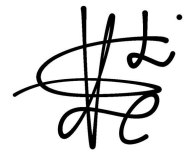
Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan Magang ini dengan judul: **“PERAN SOCIAL MEDIA SPECIALIST PADA BRAND FOOD AND BEVERAGE ALFAMART”** dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan magang ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan laporan magang ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan 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 Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya laporan magang ini.
5. Kak Odha Adhitama dan Kak Yos Sinaga, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan magang ini.
6. PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, tempat saya melakukan praktik kerja magang, atas kesempatan dan pengalaman kerja sebagai Social Media Specialist Intern selama 4 bulan.
7. Keluarga dan pasangan, Mami, Papi, Ce Vava, Verrill, dan Nicholas yang telah memberikan dukungan material, moral, emosional, serta doa sehingga saya dapat menyelesaikan praktik kerja magang dan penulisan laporan magang ini hingga akhir.

8. Sahabat dan Rekan kerja, Debora Priscilla, Keira Norelia, Brigita Jocelin, Catherine Cahaya, Livia Renata, Nadya, dan Salwa yang telah memberikan dukungan emosional dan berbagai bantuan selama praktik kerja magang.

Semoga laporan magang ini dapat memberikan wawasan, pengetahuan, motivasi, serta menjadi referensi berharga bagi para pekerja magang dan pembaca, khususnya mahasiswa dan mahasiswi Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 2 Juni 2025



Grisella Vevilia Lauren



PERAN SOCIAL MEDIA SPECIALIST PADA BRAND FOOD AND BEVERAGE ALFAMART

Grisella Veviilia Lauren

ABSTRAK

Industri ritel menjadi salah satu bisnis yang memiliki persaingan ketat di Indonesia. Untuk itu, diperlukan inovasi bisnis agar tetap mampu bersaing. PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk atau Alfamart yang merupakan salah satu perusahaan ritel terbesar turut melakukan inovasi dengan meluncurkan tiga *brand Food and Beverage* yaitu Beanspot, Alfa X, dan Alfaexpress. Dalam menjalankan komunikasi pemasaran di tengah era digitalisasi saat ini, ketiga *brand* tersebut memanfaatkan platform media sosial. Oleh sebab itu, dibutuhkan peran *Social Media Specialist* untuk mengelola akun media sosial tersebut. Praktik kerja magang ini bertujuan untuk memahami peran dan mekanisme kerja seorang *Social Media Specialist* dalam menjalankan berbagai strategi komunikasi pemasaran yang efektif melalui media sosial. Penerapan konsep SOSTAC dalam pembuatan konten membantu proses menjadi lebih terarah, mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, hingga pelaporan. Selain itu, posisi *Social Media Specialist* di Alfamart juga bertanggung jawab dalam menjalankan kolaborasi dengan KOL dan menjadi admin media sosial. Kendala utama yang dihadapi yaitu harus mengelola tiga akun media sosial secara mandiri. Namun, kendala ini dapat diatasi melalui manajemen waktu yang baik selama masa magang. Setelah menjalankan 640 jam kerja magang, dapat disimpulkan bahwa peran *Social Media Specialist* sangat penting dalam menjalankan berbagai strategi pemasaran suatu *brand* melalui media sosial.

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran, Konten, Media Sosial

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

THE ROLE OF A SOCIAL MEDIA SPECIALIST FOR THE FOOD AND BEVERAGE BRAND AT ALFAMART

Grisella Veviilia Lauren

ABSTRACT

The retail industry is one of the most competitive business sectors in Indonesia. Therefore, business innovation is essential to remain competitive. PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk or Alfamart as one of the country's largest retail companies has responded to this challenge by launching three Food and Beverage brands: Beanspot, Alfa X, and Alfaexpress. In the current era of digitalization, these three brands utilize social media platforms to carry out their marketing communications. The role of a Social Media Specialist is crucial in managing these social media accounts. This internship program aimed to understand the role and working mechanisms of a Social Media Specialist in executing various effective marketing communication strategies through social media. The application of the SOSTAC framework in content development helped make the process more structured, from planning, execution, to reporting. Social Media Specialist at Alfamart is also responsible for handling collaborations with KOL and managing daily tasks as a social media admin. One of the main challenges was managing three social media accounts independently. However, this was overcome through effective time management throughout the internship period. After completing 640 hours of internship, it can be concluded that the role of a Social Media Specialist is vital in implementing various brand marketing strategies through social media platforms.

Keywords: Content, Marketing Communication, Social Media

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</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	6
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	7
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	7
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	7
BAB II	
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	11
2.1 Sejarah Singkat PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk	11
2.2.1 Alfaexpress	13
2.2.2 Beanspot	13
2.2.3 Alfa X	14
2.2 Visi, Misi, Nilai-Nilai PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk	15
2.3 Struktur Organisasi PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk	17
BAB III	
PELAKSANAAN KERJA MAGANG	21
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	21
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	23
3.2.1 Tugas Kerja Magang	24
3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang	26
3.2.3 Uraian Pekerjaan Tambahan	59
3.3 Kendala yang Ditemukan	61
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	62

BAB IV	
SIMPULAN DAN SARAN	63
4.1 Simpulan	63
4.2 Saran	64
4.2.1 Saran untuk Perusahaan	64
4.2.2 Saran untuk Universitas	65
4.2.3 Saran untuk Mahasiswa	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	70



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Pengikut Instagram Beberapa Brand Ritel Indonesia	4
Tabel 3.1 Tugas Utama Pekerja Magang	24
Tabel 3.2 Timeline Aktivitas Kerja Magang	26
Tabel 3.3 Hasil Performa Media Sosial Bulan Mei 2025 Berdasarkan Metrik	46



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Toko Ritel Modern Indonesia Terlaris 2023	1
Gambar 1.2 Data Platform Masyarakat Indonesia Untuk Meriset Produk	2
Gambar 2.1 Perbandingan Logo Lama dan Logo Baru Alfamart	11
Gambar 2.2 Bagan Brand di Bawah PT Sumber Alfaria Trijaya (Alfamart)	12
Gambar 2.3 Logo Alfaexpress	13
Gambar 2.4 Logo Beanspot	14
Gambar 2.5 Logo Alfa X	15
Gambar 2.6 Struktur Organisasi Alfamart	17
Gambar 2.7 Struktur Organisasi Divisi Marketing Alfamart	18
Gambar 3.1 Bagan Alur Kerja	21
Gambar 3.2 Bagan Alur Koordinasi	22
Gambar 3.3 Referensi Tren Konten di Instagram Dan Tiktok	29
Gambar 3.4 Content Plan Sheet	31
Gambar 3.5 Brief Deck Konten Untuk Agensi	32
Gambar 3.6 Content Planning Berbentuk Moodboard	33
Gambar 3.7 Proses Produksi Konten Video	36
Gambar 3.8 Photoshoot Konten Alfa X dan Beanspot	37
Gambar 3.9 Photoshoot Konten Alfaexpress	38
Gambar 3.10 Produksi Konten Poster	38
Gambar 3.11 Penambahan Elemen Pendukung (Teks dan Efek)	40
Gambar 3.12 Cover Video Untuk Ketiga Brand	41
Gambar 3.13 Konten Foto Setelah Diedit	42
Gambar 3.14 Google Sheets Draft Caption Konten	43
Gambar 3.15 Caption Dengan CTA	44
Gambar 3.16 Kalender Editorial	45
Gambar 3.17 Content Scheduling di Hootsuite	46
Gambar 3.18 Brief Deck Kampanye Kolaborasi Dengan KOL	50
Gambar 3.19 Google Sheets List KOL Dari Agensi	51
Gambar 3.20 Google Sheets Hasil Konten Kolaborasi KOL	53
Gambar 3.21 Interaksi Melalui Direct Message Instagram	55
Gambar 3.22 Keluhan Pelanggan Melalui Direct Message	56
Gambar 3.23 Google Sheets Keluhan Pelanggan	57
Gambar 3.24 Konten Story Interaktif	58
Gambar 3.25 Respon Pelanggan Dari Story Interaktif	58
Gambar 3.26 Naskah Audio Promosi	60
Gambar 3.27 Dokumentasi Proses Perekaman Audio Promosi	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A - Surat Pengantar MBKM (MBKM 01)	70
Lampiran B - Kartu MBKM (MBKM 02)	71
Lampiran C - Daily Task MBKM (MBKM 03)	72
Lampiran D - Lembar Verifikasi Laporan MBKM (MBKM 04)	73
Lampiran E - Surat Penerimaan MBKM (LoA)	74
Lampiran F - Formulir Bimbingan Magang	75
Lampiran G - Hasil Karya Magang	76
Lampiran H - Dokumentasi Kerja Magang	81
Lampiran I - Hasil Turnitin	82
Lampiran J - Curriculum Vitae	83

