

**PERAN SOCIAL MEDIA MARKETING INTERN DALAM
MENDUKUNG PROMOSI DIGITAL PT SINOTIF INDONESIA**



LAPORAN MAGANG

VALLENCIA NATALIE

00000069660

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

2025

**PERAN SOCIAL MEDIA MARKETING INTERN DALAM
MENDUKUNG PROMOSI DIGITAL P. SINOTIF INDONESIA**



LAPORAN MAGANG

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

VALLENCIA NATALIE

00000069660

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Vallencia Natalie

Nomor Induk Mahasiswa : 00000069660

Program Studi : Ilmu Komunikasi

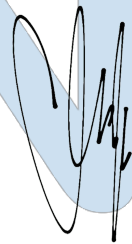
Laporan Magang dengan judul:

PERAN SOCIAL MEDIA MARKETING INTERN DALAM MENDUKUNG PROMOSI DIGITAL PT SINOTIF 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 skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 25 Juni 2025



UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA
(Vallencia Natalie)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**PERAN SOCIAL MEDIA MARKETING INTERN DALAM
MENDUKUNG PROMOSI DIGITAL PT SINOTIF
INDONESIA**

Oleh
Nama : Vallencia Natalie
NIM : 00000069660
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari, Kamis 17 Juli 2025

Pukul 16.00 s.d 17.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Hanif Suranto, S.Sos., M.Si.

NIDN 0306027102

Intan Primadini, S.Sos., M.Si.

NIDN 0326098501

Pembimbing

Hanif Suranto, S.Sos., M.Si.

NIDN 0304088702

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, 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 : Vallencia Natalie

NIM : 00000069660

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 Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PERAN SOCIAL MEDIA MARKETING INTERN DALAM
MENDUKUNG PROMOSI DIGITAL PT SINOTIF INDONESIA**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 25 Juni 2025

Yang menyatakan,



(Vallencia Natalie)

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 MARKETING INTERN DALAM MENDUKUNG PROMOSI DIGITAL PT SINOTIF INDONESIA”

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 skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

Mengucapkan terima kasih

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 Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
4. Bapak Hanif Suranto, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Magang dan Ketua Sidang yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan ini.
5. Ibu Intan Primadini S.Sos., M.Si. selaku Dosen Penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Bapak Hafidz Noor Rhaseed selaku pembimbing lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan ini.

7. Keluarga dan teman - teman dekat saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

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

Tangerang, 25 Juni 2025



(Vallencia Natalie)



PERAN SOCIAL MEDIA MARKETING INTERN DALAM MENDUKUNG PROMOSI DIGITAL PT SINOTIF INDONESIA

Vallencia Natalie

ABSTRAK

Di era transformasi digital, sektor pendidikan di Indonesia mengalami perubahan signifikan dengan adopsi teknologi untuk meningkatkan kualitas dan aksesibilitas pembelajaran. Transformasi digital menuntut pendekatan menyeluruh yang meliputi peningkatan proses, penerapan strategi berorientasi pelanggan, serta kemampuan adaptasi terhadap dinamika pasar yang terus berubah. Posisi magang yang dijalani adalah social media marketing di Departemen Marketing PT Sinotif Indonesia. Tugas utama social media marketing intern adalah menjalankan kegiatan komunikasi pemasaran yang bertujuan menarik calon murid baru serta mempertahankan dan meningkatkan citra perusahaan sebagai lembaga bimbingan belajar unggulan. SMART Goals dalam digital marketing menurut Chaffey (2012). Kendala utama yang dihadapi adalah perbedaan signifikan antara aktivitas magang dengan latihan yang pernah dilakukan di kampus, terutama pada tahap brainstorming, serta keterbatasan waktu dan tekanan target yang menuntut proses kerja lebih cepat dan efisien. Hal ini mengharuskan penyesuaian pola pikir dan kemampuan adaptasi yang lebih tinggi dalam lingkungan kerja profesional.

Kata kunci: *digital marketing strategy*, pendidikan, *SMART Goals*, *social media marketing*, transformasi.

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

THE ROLE OF SOCIAL MEDIA MARKETING INTERN IN SUPPORTING PT SINOTIF INDONESIA'S DIGITAL PROMOTION

Vallencia Natalie

ABSTRACT

In the era of digital transformation, the education sector in Indonesia has undergone significant changes with the adoption of technology to improve the quality and accessibility of learning. Digital transformation requires a comprehensive approach that includes process improvement, customer-oriented strategy implementation, and the ability to adapt to the ever-changing market dynamics. The internship position undertaken was as a social media marketing intern in the Marketing Department at PT Sinotif Indonesia. The primary responsibilities of social media marketing involve conducting marketing communication activities aimed at attracting new prospective students, as well as maintaining and enhancing the company's image as a leading educational tutoring institution in Indonesia. This internship report applies the digital marketing strategy concepts according to Chaffey & Chadwick (2022) and the SMART Goals framework in digital marketing as proposed by Chaffey (2012). The main challenge faced during the internship was the significant difference between the activities performed at PT Sinotif Indonesia and the exercises previously experienced during university coursework, particularly during the brainstorming phase. Additionally, time constraints and target pressures required the brainstorming process to be faster and more efficient compared to the academic environment. This situation demanded a higher level of mindset adjustment and adaptability in a professional work setting.

Keywords: digital marketing strategy, digital transformation, education, social media marketing, SMART Goals.

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

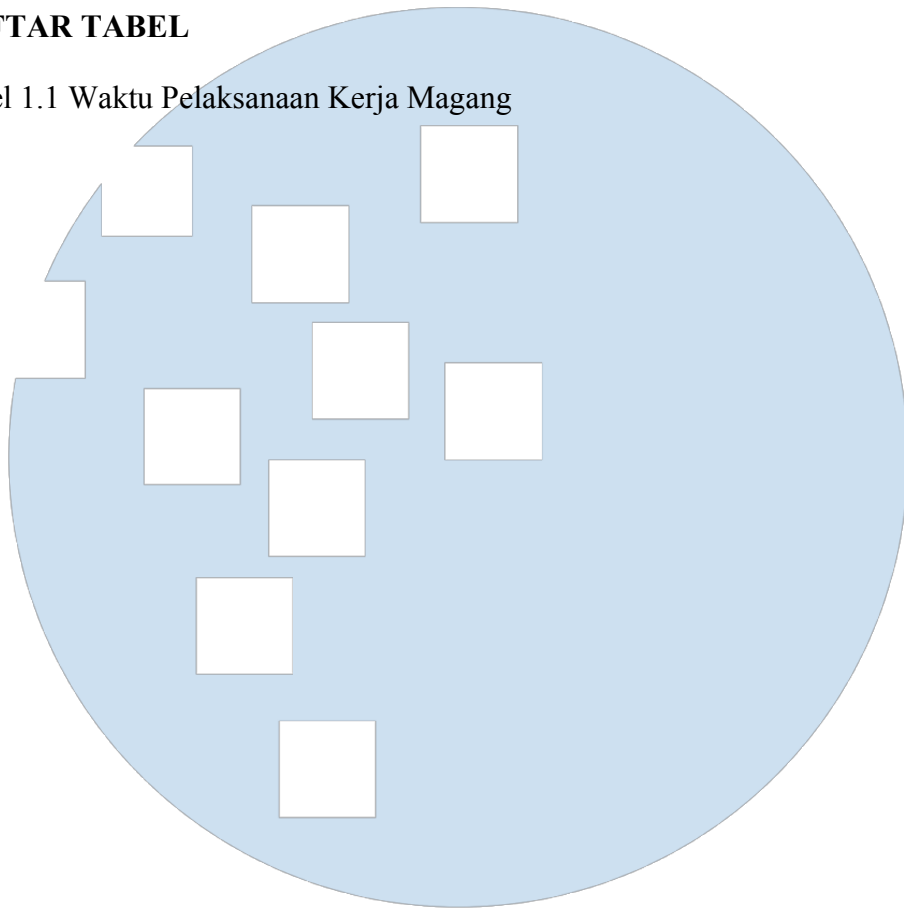
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1	1
1.2	4
1.3	5
BAB II GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI	8
2.1	8
2.2	9
2.3	10
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	12
3.1	12
3.2	13
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	26
4.1	26
4.2	27
DAFTAR PUSTAKA	29
LAMPIRAN	30

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 TABEL

Tabel 1.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

4



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Aktif Internet/Social Media di Indonesia, 2024	1
Gambar 2.1 Logo PT Sinotif Indonesia	8
Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Sinotif Indonesia	10
Gambar 3.2 Content Calendar PT Sinotif Indonesia	18



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Pengantar MBKM 01	28
Lampiran B Surat Pengantar Kerja Magang KM-02	29
Lampiran C Kartu KM-02	30
Lampiran D Daily Task KM 03	31
Lampiran E Penilaian Kerja Magang KM-06	50
Lampiran F Verifikasi Laporan Magang KM-07	51
Lampiran G Surat Penerimaan Magang	52
Lampiran H Turnitin	53
Lampiran I Dokumentasi	54

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA