

**AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MARKETING INTERN PADA
DEPARTEMEN OTOMOTIF PT DYANDRA PROMOSINDO**



LAPORAN MAGANG

BRIANT BINTANG

00000071607

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

**AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MARKETING INTERN PADA
DEPARTEMEN OTOMOTIF PT DYANDRA PROMOSINDO**



LAPORAN MAGANG

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

BRIANT BINTANG

00000071607

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Briant Bintang

Nomor Induk Mahasiswa : 00000071607

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MARKETING INTERN PADA DEPARTEMEN
OTOMOTIF PT DYANDRA PROMOSINDO

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.

UMN

Tangerang, 24 Juni 2025

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Briant Bintang

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul

AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MARKETING INTERN PADA DEPARTEMEN OTOMOTIF PT DYANDRA PROMOSINDO

Oleh

Nama : Briant Bintang
NIM : 00000071607
Program Studi : Strategic Communication
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 16 Juli 2025

Pukul 14.00 s.d 15.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Hanif Suranto, S.Sos., M.Si.
NIDN 0306027102

Fakhriv Dinansyah, M.M., M.I.Kom.
NIDN 0304039001

Pembimbing

Hanif Suranto, S.Sos., M.Si.
NIDN 0306027102

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 : Briant Bintang
NIM : 00000071607
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 saya yang berjudul:

**AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MARKETING INTERN PADA
DEPARTEMEN OTOMOTIF PT DYANDRA PROMOSINDO**

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 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,



Briant Bintang

KATA PENGANTAR

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

“AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MARKETING INTERN PADA DEPARTEMEN OTOMOTIF PT DYANDRA PROMOSINDO” 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, sangat sulit bagi saya untuk menyelesaikan laporan magang ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

Mengucapkan terima kasih

1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., Ph.D., 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 Universitas Multimedia Nusantara dan sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
4. Bapak Hanif Suranto, S.Sos., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah sabar dalam mengarahkan, membimbing, dan menuntun penulis dalam membuat laporan magang ini.
5. Bapak Fakhriy Dinansyah, M.M., M.I.Kom. selaku dosen penguji yang sudah memberikan saya kesempatan untuk merevisi laporan magang saya, dengan masukan dan tanggapan yang sangat membantu dalam proses perbaikan laporan magang ini.
6. Ibu Michelle Valeria selaku *Senior Project Officer*, dan *Supervisor* penulis yang telah sabar dalam membimbing, memimpin, dan mengarahkan penulis selama proses kerja magang di PT Dyandra Promosindo.

7. Ibu Rubianah selaku *Senior Project Officer Digital* Dyandra yang banyak membantu mengarahkan, membimbing, dan mengevaluasi segala kinerja penulis saat bekerja di tim *Social Media* PT Dyandra Promosindo.
8. Kak Lulu Zalfarona selaku *Junior Project Officer* yang banyak membantu mengarahkan, membimbing, dan mengevaluasi segala kinerja penulis saat bekerja di tim *Social Media* PT Dyandra Promosindo.
9. Rekan-rekan tim *Social Media* dan *Digital* yang telah membantu dengan koordinasi, komunikasi, dan kerja sama yang baik selama bekerja bersama penulis di PT Dyandra Promosindo.
10. Rekan-rekan tim *Marketing Communication* yang telah memberikan dukungan dan banyak memberikan bantuan kepada penulis selama bekerja bersama di PT Dyandra Promosindo.
11. Deandra Serenova yang telah memberikan dukungan moral sehingga membantu Penulis dalam menyelesaikan laporan magang ini.
12. Keluarga Penulis yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga saya dapat menyelesaikan laporan magang ini.

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

Tangerang, 27 Maret 2025

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Briant Bintang

AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MARKETING INTERN PADA DEPARTEMEN OTOMOTIF PT DYANDRA PROMOSINDO

Briant Bintang

ABSTRAK

Penulis memilih PT Dyandra Promosindo sebagai tempat untuk menjalani program magang adalah, karena didasari dengan pertumbuhan industri *event organizer* yang cukup signifikan meningkat, khususnya pada *event organizer* yang berfokus di bidang MICE, seperti PT Dyandra Promosindo, khususnya pada *event* otomotif. Tujuan Penulis mengikuti dan menjalani program magang di PT Dyandra Promosindo, khususnya pada departemen *event* otomotif, sebagai *Social Media* dilandaskan karena ingin mempelajari lebih lanjut dan mengimplementasikan materi mata kuliah *Social Media & Marketing*, dan *Special event & Brand Activation*. Program magang yang penulis jalani adalah, program magang yang berada di perusahaan *event organizer* di bidang MICE, yaitu PT Dyandra Promosindo. Dalam pelaksanaannya, penulis bekerja sebagai *Social Media Intern*, dengan deskripsi pekerjaan memproduksi konten untuk *Social Media* di beberapa *event* terkait, melakukan dan mengikuti dan menganalisis tren di *Social Media*, dan mengelola akun media sosial. Penulis fokus menggunakan model *RACE Framework* milik Chaffey & Chadwick. Penulis berhasil dalam menjalankan program magang di PT Dyandra Promosindo dengan baik, khususnya pada manajemen *event* Otomotif, sebagai *Social Media*.

Kata kunci: *Social Media Officer*, PT Dyandra Promosindo, *Event* Otomotif, *Event* MICE, IIMS 2025, PEVS 2025

SOCIAL MEDIA MARKETING INTERN ACTIVITIES IN THE AUTOMOTIVE DEPARTMENT OF PT DYANDRA PROMOSINDO

Briant Bintang

ABSTRACT

The author selected PT Dyandra Promosindo as the Internship placement due to the significant growth of the event organizer industry, particularly in the MICE sector, where PT Dyandra Promosindo specializes, especially in automotive events. The purpose of undertaking an Internship at PT Dyandra Promosindo, specifically in the automotive event department as a Social Media Intern, was to gain a deeper understanding of and apply the knowledge acquired from the Social Media & Marketing and Special event & Brand Activation courses. The Internship program undertaken by the author was at a MICE-focused event organizer company, namely PT Dyandra Promosindo. During the Internship, the author worked as a Social Media Intern, responsible for producing Social Media content for various related events, monitoring and analyzing Social Media trends, and managing Social Media accounts. The author's work was guided by the Chaffey & Chadwick's Race Framework model. The Internship at PT Dyandra Promosindo was successfully completed, particularly in the field of automotive event management, with a focus on Social Media.

Keywords: *Social Media Officer, PT Dyandra Promosindo, Automotive Event, MICE Event, IIMS 2025, PEVS 2025*

U M N
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	IV
KATA PENGANTAR	V
ABSTRAK	VII
ABSTRACT	VIII
DAFTAR ISI	IX
DAFTAR GAMBAR	XI
DAFTAR LAMPIRAN	XIII
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang	4
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	5
BAB II GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI	8
2.1 Tentang PT Dyandra Promosindo	8
2.2 Visi Misi PT Dyandra Promosindo	8
2.3 Struktur Organisasi PT Dyandra Promosindo	9
2.3.1 Departemen Otomotif	11
2.3.2 <i>Marketing Communication</i>	Error! Bookmark not defined.
2.3.3 Social Media	12
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	13
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang	13
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang	17
3.2.1 Membuat Ide Konten, <i>Content Planning</i> , dan Produksi	17

3.2.2.	<i>Social Media dan Digital Ads</i>	40
3.2.3.	<i>KOL Specialist</i>	53
3.2.4.	<i>Report Statistik Social Media</i>	63
3.3.	Kendala Utama	74
3.4.	Solusi	75
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN		77
4.1.	Simpulan	77
4.2.	Saran	78
DAFTAR PUSTAKA		81
LAMPIRAN		83

UMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Struktur Organisasi Dyandra Promosindo.....	10
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Dyandra Promosindo.....	11
Gambar 3. 1 Alur Komunikasi Tim <i>Social Media</i> Otomotif pada <i>event</i> IIMS 2025	15
Gambar 3. 2 Alur Komunikasi Tim <i>Social Media</i> Otomotif pada <i>event</i> PEVS 2025	16
Gambar 3. 3 <i>Content Plan Social Media @iims_id & @iimsinfiniteshow</i>	19
Gambar 3. 4 <i>Content Plan Social Media @iims_id & @iimsinfiniteshow</i>	19
Gambar 3. 5 <i>Content Plan Social Media @pevs_id</i>	20
Gambar 3. 6 alur produksi konten.....	21
Gambar 3. 7 Contoh <i>Brief</i> Konten kepada Tim Desainer IIMS.....	22
Gambar 3. 8 Contoh <i>Brief</i> Konten untuk Tim Desainer PEVS	23
Gambar 3. 9 Contoh <i>Brief</i> Konten untuk Tim Desainer PEVS	23
Gambar 3. 10 Contoh <i>Brief</i> Konten untuk Tim Multimedia PEVS	24
Gambar 3. 11 Contoh <i>Brief</i> Konten untuk Tim Multimedia PEVS	24
Gambar 3. 12 Contoh <i>Creative Content event</i> IIMS.....	30
Gambar 3. 13 Contoh <i>General & Informative Content event</i> PEVS	31
Gambar 3. 14 Contoh <i>Live Report Content Press Conference event</i> IIMS	33
Gambar 3. 15 Contoh <i>Brand Promotion Content event</i> PEVS	36
Gambar 3. 16 Contoh <i>Creative Content</i> “Thank to Our Sponsors” <i>event</i> IIMS... ..	38
Gambar 3. 17 Contoh <i>Creative Content</i> infografik penjualan <i>event</i> IIMS	38
Gambar 3. 18 Contoh <i>Creative Content throwback event</i> IIMS.....	39
Gambar 3. 19 <i>platform</i> yang digunakan untuk <i>ads</i>	41
Gambar 3. 20 <i>Meta Ads plan event</i> PEVS 2025	42
Gambar 3. 21 Contoh konten <i>Meta Ads</i> PEVS 2025	43
Gambar 3. 22 Gambar 3.20 Tiktok Ads Plan PEVS 2025	44
Gambar 3. 23 Contoh konten <i>Tiktok Ads</i> PEVS 2025	45
Gambar 3. 24 Materi <i>Keyword Google Search Ads</i> PEVS 2025	46
Gambar 3. 25 <i>Google Search Ads Plan</i> PEVS 2025.....	47
Gambar 3. 26 Contoh <i>Google Display Ads</i> Termin 2 PEVS 2025	49

Gambar 3. 27 Contoh <i>Google Display Ads</i> Termin 1 PEVS 2025	49
Gambar 3. 28 Contoh <i>LinkedIn Ads</i> PEVS 2025	51
Gambar 3. 29 Contoh <i>LinkedIn Ads</i> PEVS 2025	52
Gambar 3. 30 Alur Kerja Sama dengan KOL	53
Gambar 3. 31 List KOL PEVS 2025.....	56
Gambar 3. 32 List KOL IIMS 2025	57
Gambar 3. 33 Contoh Brief KOL Mahasiswa dan Jakarta KOL IIMS 2025	59
Gambar 3. 34 Contoh <i>Brief</i> KOL Mahasiswa dan Jakarta KOL IIMS 2025	60
Gambar 3. 35 Contoh Brief KOL Mahasiswa dan Jakarta KOL IIMS 2025	60
Gambar 3. 36 Foto Saat Mendampingi Fitra Eri sebagai KOL PEVS 2025.....	62
Gambar 3. 37 Foto Saat Mendampingi Podcast Seminggu sebagai KOL IIMS 2025	63
Gambar 3. 38 Informasi yang dijadikan bahan <i>report</i>	64
Gambar 3. 39 <i>Weekly report</i> Statistik Media sosial <i>Event</i> IIMS 2025	65
Gambar 3. 40 <i>Weekly report</i> Statistik Media sosial <i>Event</i> IIMS 2025	66
Gambar 3. 41 <i>Weekly report</i> Statistik Media sosial <i>Event</i> PEVS 2025	67
Gambar 3. 42 <i>Weekly report</i> Statistik Media sosial <i>Event</i> PEVS 2025	68
Gambar 3. 43 Contoh <i>Social Media</i> dan <i>Digital Ads</i> Statistik <i>Event</i> IIMS 2025 .	70
Gambar 3. 44 Contoh <i>Social Media</i> dan <i>Digital Ads</i> Statistik <i>Event</i> PEVS 2025	70
Gambar 3. 45 Contoh Konten <i>Engage</i> “Top Spender” <i>event</i> IIMS 2025	74



DAFTAR LAMPIRAN

A. Lampiran 1 KM-01 (Surat Pengantar Kerja Magang)	83
B. Lampiran 2 KM-02 (Kartu Magang).....	84
C. Lampiran 3 KM-04 (Verifikasi Laporan Magang)	85
D. Lampiran 4 Letter of Acceptance.....	86
E. Lampiran 5 Curriculum Vitae	87
F. Lampiran 6 Hasil Turnitin Laporan Magang	88
G. Lampiran 7 Counseling Meeting.....	89

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA