

**AKTIVITAS SOCIAL MEDIA & PARTNERSHIP PADA PT
KOPINDO JAYA (KOPINDO GROUP)**



LAPORAN MAGANG

STEPHANUS WINATA

00000055962

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

**AKTIVITAS SOCIAL MEDIA & PARTNERSHIP PADA PT
KOPINDO JAYA (KOPINDO GROUP)**



LAPORAN MAGANG

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

STEPHANUS WINATA

00000055962

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Stephanus Winata

Nomor Induk Mahasiswa : 00000055962

Program Studi : Komunikasi Strategis

Laporan Magang dengan judul:

AKTIVITAS SOCIAL MEDIA & PARTNERSHIP PADA PT KOPINDO JAYA (KOPINDO GROUP)

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan magang 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 magang maupun dalam penulisan laporan magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk kegiatan magang yang telah saya tempuh.

Denpasar, 19 Juni 2025



Stephanus Winata

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

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**AKTIVITAS SOCIAL MEDIA & PARTNERSHIP PADA PT
KOPINDO JAYA (KOPINDO GROUP)**

Oleh

Nama : Stephanus Winata
NIM : 00000055962
Program Studi : Komunikasi Strategis
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 7 Juli 2025
Pukul 08:30 s.d 09:30 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji



Maria Advenita Gita Elmada,
S.I.Kom., M.Si.
NIDN 0309129202



Arindra Khrisna Karamoy, S.E.,
M.Si., M.I.Kom.
NIDN 9455751652130103

Pembimbing



Maria Advenita Gita Elmada, S.I.Kom., M.Si.
NIDN 0309129202

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi



Digitally signed by
Cendera Rizky Anugrah
Bangun
Date: 2025.07.28
16:03:10 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI LAPORAN MAGANG UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Stephanus Winata
NIM : 00000055962
Program Studi : Komunikasi Strategis
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya Ilmiah : Laporan Magang

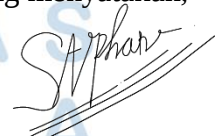
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas laporan magang saya yang berjudul:

AKTIVITAS SOCIAL MEDIA & PARTNERSHIP PADA PT KOPINDO JAYA (KOPINDO GROUP)

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

Denpasar, 19 Juni 2025

Yang menyatakan,



Stephanus Winata

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:

“AKTIVITAS SOCIAL MEDIA & PARTNERSHIP PADA PT KOPINDO JAYA (KOPINDO GROUP)” 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 Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara dan sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan magang ini.
4. Ibu Maria Advenita Gita Elmada, S.I.Kom., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan magang ini.
5. Bapak/Ibu Dosen selaku Ketua Sidang dan Bapak/Ibu Dosen selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Keluarga dan teman saya yang telah memberikan bantuan dukungan baik secara material ataupun moral, sehingga saya dapat menyelesaikan laporan magang ini.

7. Ibu Irna Sulistiani selaku *Head of Marcom & Digital* PT Kopindo Jaya yang mendukung terjadinya kegiatan PKL di PT Kopindo Jaya.
8. Bapak Jimmy Ciputra selaku *Assistant Marketing Manager* PT Kopindo Jaya serta *Supervisor* magang yang membimbing saya menjalankan kegiatan PKL di PT Kopindo Jaya.
9. Tim *Marcom & Digital* PT Kopindo Jaya yang telah membantu, menyemangati, dan membagi ilmunya selama melakukan kegiatan PKL di PT Kopindo Jaya.

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

Denpasar, 19 Juni 2025



Stephanus Winata



AKTIVITAS SOCIAL MEDIA & PARTNERSHIP PADA PT KOPINDO JAYA (KOPINDO GROUP)

Stephanus Winata

ABSTRAK

Dalam 10 tahun terakhir, industri pariwisata di Bali mengalami pertumbuhan yang signifikan, sehingga mendorong peluang bisnis baru di berbagai sektor, khususnya yang berhubungan dengan pariwisata. Salah satu perusahaan yang berkembang dalam industri ini adalah PT Kopindo Jaya, yang awalnya bergerak di bidang *tour* pabrik kopi, kini telah memasuki sektor restoran, spa, hiburan, villa, dan lainnya. Tujuan dari pelaksanaan magang ini adalah menerapkan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan, mengasah *hard skill* dan *soft skill*, serta memahami proses kerja nyata dalam perusahaan pada segmen B2B maupun B2C. Sebagai *Marcom & Digital Intern*, pemagang bertugas membantu berbagai macam kegiatan, khususnya dalam bidang *Social Media & Partnership Strategist*, serta mengaplikasikan konsep dan teori *marketing*. Setelah menjalankan magang selama 640 jam atau setara 80 hari kerja, pemagang menemukan bahwa divisi *Marcom & Digital* memiliki peran penting dalam mendukung perkembangannya suatu perusahaan. Selama magang, pemagang dapat menerapkan ilmu dari mata kuliah *Social Media & Mobile Marketing* serta *Art, Copywriting & Creative Strategy* dalam aktivitas kerja nyata dalam suatu perusahaan. Program magang ini dapat memberikan pengalaman berharga dalam memahami proses kerja pada industri pariwisata dan mempersiapkan pemagang untuk dapat memasuki dunia kerja di masa depan.

Kata kunci: PT Kopindo Jaya, *Marketing Communications*, *Digital Marketing*, *Marcom & Digital Intern*, *Social Media*, *Partnership*, *Tourism Industry*.

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

SOCIAL MEDIA & PARTNERSHIP ACTIVITIES AT KOPINDO GROUP

Stephanus Winata

ABSTRACT

Over the past ten years, the tourism industry in Bali has experienced significant growth, creating new business opportunities across various sectors, particularly those related to tourism. One of the companies that has expanded within this industry is PT Kopindo Jaya, which initially operated as a coffee factory tour provider and has now entered sectors such as restaurants, spas, entertainment, villas, and more. The objective of this internship was to apply the knowledge acquired during university studies, enhance both hard and soft skills, and understand real-world workflows within a company operating in both B2B and B2C segments. As a Marcom & Digital Intern, the intern was responsible for assisting with various activities, particularly in the areas of Social Media and Partnership Strategy, while applying marketing concepts and theories. After completing 640 internship hours, equivalent to 80 working days, the intern found that the Marcom & Digital division plays a crucial role in supporting the development of a company. During the internship, the intern was able to apply knowledge gained from courses such as Social Media & Mobile Marketing and Art, Copywriting & Creative Strategy into real-world business activities. This internship program provided valuable experience in understanding work processes within the tourism industry and prepared the intern to enter the professional workforce in the future.

Keywords: *PT Kopindo Jaya, Marketing Communications, Digital Marketing, Marcom & Digital Intern, Social Media, Partnership, Tourism Industry.*

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 PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI LAPORAN MAGANG UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang	3
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	4
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	7
2.1 Tentang PT Kopindo Jaya (Kopindo Group)	7
2.2 Visi Misi PT Kopindo Jaya	9
2.3 Struktur Organisasi PT Kopindo Jaya	10
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	13
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang	13
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang	14
3.2.1 Tugas Kerja Magang	15
3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang	17
3.2.3 Kendala	35
3.2.4 Solusi Atas Kendala	36
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	37
4.1 Simpulan	37
4.2 Saran	38
DAFTAR PUSTAKA	41
LAMPIRAN A	43
LAMPIRAN B	44
LAMPIRAN D	60

LAMPIRAN E

61

LAMPIRAN F

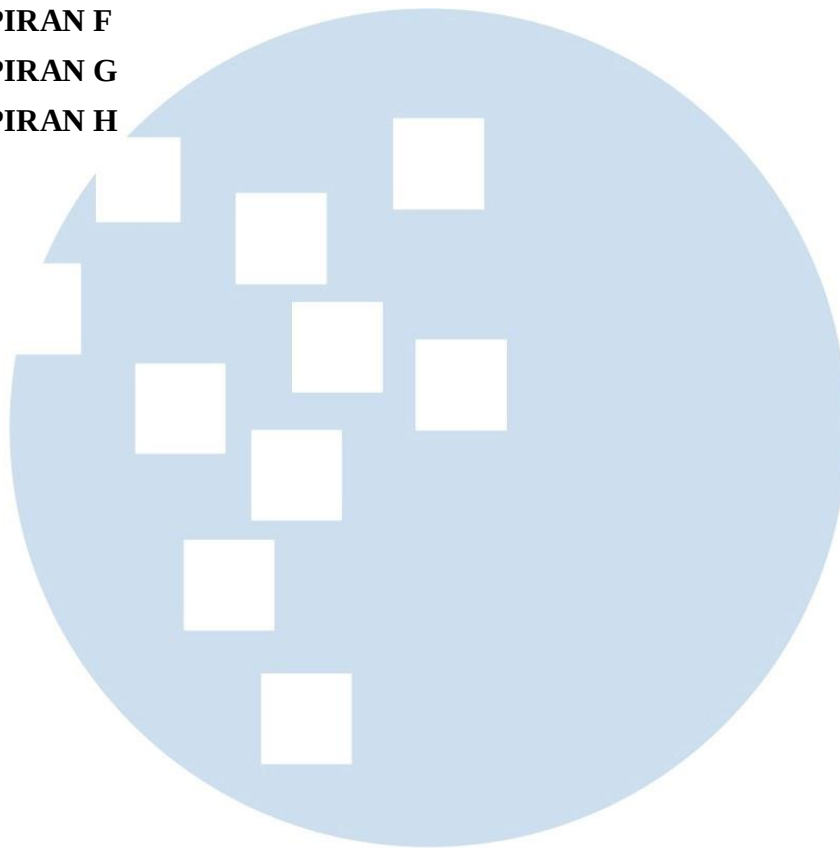
62

LAMPIRAN G

64

LAMPIRAN H

65



UMN

**UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA**

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Dalam 10 Tahun Terakhir.....	1
Tabel 1. 2 Hari dan Jam Kerja Magang.....	4
Tabel 3. 1 Tugas Utama Marcom & Digital Intern	15
Tabel 3. 2 Tugas Utama Marcom & Digital Intern	16



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo PT Kopindo Jaya	7
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi PT Kopindo Jaya	10
Gambar 2. 3 Struktur Divisi Marcom & Digital PT Kopindo Jaya.....	11
 Gambar 3. 1 Tugas dan Uraian Kerja Magang	14
Gambar 3. 2 Grup Content Ideas Whatsapp	19
Gambar 3. 3 Content Calendar divisi Marcom & Digital PT Kopindo Jaya	21
Gambar 3. 4 Tampilan monthly pada platform Metricool	23
Gambar 3. 5 Influencer Bank divisi Marcom & Digital PT Kopindo Jaya	25
Gambar 3. 6 Statement of Work untuk Influencer	28
Gambar 3. 7 Influencer visit schedule	29
Gambar 3. 8 Preview & Revisi konten Influencer	30
Gambar 3. 9 Meta Business Suite – interaksi dengan audiens	31
Gambar 3. 10 Meta Ads Manager	32
Gambar 3. 11 Brief Artikel untuk News Site	33
Gambar 3. 12Partnership search – web developer	34
Gambar 3. 13Referensi website design	34



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Surat Pengantar Kerja Magang (MBKM-01)	43
Lampiran Kartu Magang (MBKM-02).....	44
Lampiran <i>Daily Task</i> (MBKM-03).....	45
Lampiran Form Verifikasi Laporan Magang (MBKM-04)	60
Lampiran Surat Penerimaan Kerja Magang.....	61
Lampiran Resume.....	62
Lampiran Form Bimbingan.....	64
Lampiran Hasil Cek Turnitin.....	65

