

**PERAN SOCIAL MEDIA SPECIALIST INTERN
DI PT GUMINDO BOGAMANIS (KUACI RE-BO)**



LAPORAN MAGANG

Brigita Jocelin Eleora

00000068169

UMN

**UNIVERSITAS
MULTIMEDIA**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

**PERAN SOCIAL MEDIA SPECIALIST INTERN
DI PT GUMINDO BOGAMANIS (KUACI RE-BO)**



LAPORAN MAGANG

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

Brigita Jocelin Eleora

00000068169

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

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Brigita Jocelin Eleora

Nomor Induk Mahasiswa : 00000068169

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

PERAN *SOCIAL MEDIA SPECIALIST INTERN* DI PT GUMINDO BOGAMANIS (KUACI RE-BO) 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 MBKM, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan MBKM yang telah saya tempuh.

Tangerang, 24 Juni 2025



(Brigita Jocelin Eleora)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**PERAN *SOCIAL MEDIA SPECIALIST INTERN* DI PT GUMINDO
BOGAMANIS (KUACI RE-BO)**

Oleh
Nama : Brigita Jocelin Eleora
NIM : 00000068169
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Jumat, 18 Juli 2025
Pukul 08.00 s.d 09.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Maria Advenita Gita Elmada, M.Si.
0309129202

Anton Binsar, S. Sos., M.I.Kom.
0309027705

Pembimbing

Maria Advenita Gita Elmada, M.Si.
0309129202

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Brigita Jocelin Eleora

NIM : 00000068169

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

PERAN *SOCIAL MEDIA SPECIALIST INTERN* DI PT GUMINDO BOGAMANIS (KUACI RE-BO)

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, 24 Juni 2025

Yang menyatakan,



(Brigita Jocelin Eleora)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas selesainya penulisan Laporan Magang ini dengan judul "**PERAN *SOCIAL MEDIA SPECIALIST INTERN* DI PT GUMINDO BOGAMANIS (KUACI RE-BO)**" 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 adanya dukungan dari berbagai pihak, mungkin proses penyusunan laporan magang ini tidak dapat mencapai hasil yang maksimal dan tidak terlaksana dengan baik. Maka dari itu, penulis ingin 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, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Maria Advenita Gita Elmada, M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan memotivasi penulis selama proses penulisan laporan magang ini.
5. PT Gumindo Bogamanis (Kuaci RE-BO), tempat dimana penulis melakukan kerja magang, atas kesempatan dan pelajaran serta pengalaman kerja sebagai *Social Media Specialist Intern* selama lebih 4 bulan.
6. Kak Rani Fitra selaku Supervisor sekaligus Brand Executive di PT Gumindo Bogamanis, atas bimbingan dan waktunya atas terselesaikannya aktivitas magang dan penulisan laporan magang dari awal hingga akhir.
7. Keluarga dan pasangan, Mama, Papa, Oma, Gio yang selalu memberikan penulis dukungan dan doa sehingga dapat menuntaskan praktik kerja magang dan penulisan laporan magang ini hingga akhir.

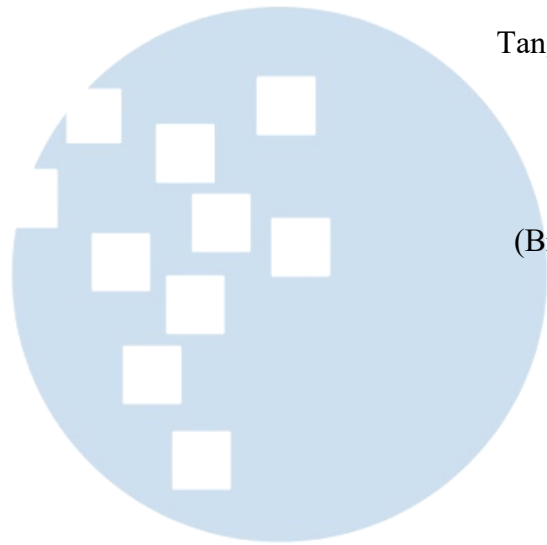
8. Rekan magang saya, Natasha Aurelia, Celine Marvella, Marcell, dan Cindy Monica atas kerja sama dan dukungan selama menjalani aktivitas magang.

Semoga laporan magang ini dapat memberikan pembelajaran, wawasan yang luas, motivasi, dan menjadi referensi untuk kedepannya bagi para pembaca atau pekerja magang khususnya mahasiswa/ mahasiswi Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 24 Juni 2025



(Brigita Jocelin Eleora)



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERAN *SOCIAL MEDIA SPECIALIST INTERN* DI PT GUMINDO BOGAMANIS (KUACI RE-BO)

Brigita Jocelin Eleora

ABSTRAK

Industri makanan dan minuman (*F&B*) di Indonesia saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, hal tersebut mendorong setiap perusahaan untuk memanfaatkan media sosial untuk mendukung proses pemasaran. PT Gumindo Bogamanis (Kuaci RE-BO) menggunakan *platform* digitalnya untuk memperkuat citra dan *brand awareness* mereknya. Komunikasi yang berhasil dapat memperkuat pesan *brand* serta membangun hubungan dengan pelanggan melalui interaksi dua arah. Tujuan magang ini adalah untuk mengimplementasikan teori komunikasi khususnya pada mata kuliah *Social Media & Mobile Marketing Strategy* (MSC 3301). Teori yang digunakan adalah kerangka perencanaan pemasaran *SOSTAC* menurut Smith & Chaffey. Penulis berhasil memahami bagaimana seorang *Social Media Specialist* dapat meningkatkan *brand engagement*, memperluas jangkauan audiens, serta membangun *brand awareness* pada industri (*F&B*) melalui pemasaran di media sosial. Penulis terlibat pada aktivitas pemasaran Kuaci RE-BO melalui berbagai tugas yang diberikan, yaitu meriset tren, penyusunan *editorial plan*, *copywriting*, produksi konten, publikasi konten, hingga pembuatan *social media report* yang dilakukan setiap bulannya. Penulis berkontribusi secara nyata dalam meningkatkan *engagement rate* dan jumlah pengikut akun media sosial Kuaci RE-BO, serta konten yang dirancang dapat berhasil menarik minat audiens generasi Z. Melalui program magang ini, penulis memperoleh pengalaman yang berharga terutama dalam pengembangan *soft skill* serta kreativitas di dunia kerja nyata. Selain itu, kemampuan dalam berkomunikasi juga dilatih khususnya dalam berkoordinasi antar tim. Dalam hal manajemen waktu dan berpikir secara kreatif juga dilatih agar menjadi pribadi yang lebih berkompeten. Namun, bagi perusahaan disarankan merumuskan tujuan pemasaran secara khusus agar aktivitas pemasaran dapat terfokus dan terlaksana dengan lebih optimal, serta penyediaan fasilitas pendukung produksi konten.

Kata kunci: Industri *F&B*, Media Sosial, Komunikasi Pemasaran Digital, *Social Media Specialist*, Kuaci RE-BO, *SOSTAC*

THE ROLE OF SOCIAL MEDIA SPECIALIST INTERN AT PT GUMINDO BOGAMANIS (KUACI RE-BO)

Brigita Jocelin Eleora

ABSTRACT

The food and beverage (F&B) industry in Indonesia is currently experiencing very rapid development, this encourages every company to utilize social media to support the marketing process. PT Gumindo Bogamanis (Kuaci RE-BO) uses its digital platform to strengthen its brand image and brand awareness. Successful communication can strengthen brand messages and build relationships with customers through two-way interactions. The purpose of this internship is to implement communication theory, especially in the Social Media & Mobile Marketing Strategy (MSC 3301) course. The theory used is the SOSTAC marketing planning framework according to Smith & Chaffey. The author managed to understand how a Social Media Specialist can increase brand engagement, expand audience reach, and build brand awareness in the industry (F&B) through marketing on social media. The author was involved in Kuaci RE-BO's marketing activities through various tasks given, namely researching trends, compiling editorial plans, copywriting, content production, content publication, to making social media reports which are carried out every month. The author contributes significantly to increasing the engagement rate and number of followers of Kuaci RE-BO's social media accounts, and the content designed can successfully attract the interest of the Generation Z audience. Through this internship program, the author gained valuable experience, especially in developing soft skills and creativity in the real world of work. In addition, communication skills are also trained, especially in coordinating between teams. In terms of time management and creative thinking are also trained to become more competent individuals. However, it is recommended for companies to formulate specific marketing objectives so that marketing activities can be focused and implemented more optimally, as well as providing supporting facilities for content production.

Keywords: *F&B Industry, Social Media, Digital Marketing Communication, Social Media Specialist, Kuaci RE-BO, SOSTAC*

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 TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
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	11
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	11
2.2 Visi, Misi, dan <i>Value</i>	14
2.3 Struktur Organisasi Perusahaan	15
2.4 Struktur Divisi Marketing	18
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	21
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang.....	21
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang.....	22
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	41
4.1 Kesimpulan	41
4.2 Saran.....	43
DAFTAR PUSTAKA	46
LAMPIRAN	47

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 <i>Timeline</i> Kerja Magang.....	24
--	----



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 <i>User</i> Internet dan Media Sosial Indonesia 2025	2
Gambar 1. 2 Penggunaan Media terbanyak di Indonesia.....	4
Gambar 1. 3 Top Brand Index 2024.....	5
Gambar 1. 4 Akun media sosial Instagram Kuaci Fuzo.....	6
Gambar 2. 1 Logo dan Produk Perusahaan.....	11
Gambar 2. 2 Program Berhadiah Kuaci RE-BO	13
Gambar 2. 3 <i>Product Placement</i> Kuaci RE-BO.....	13
Gambar 2. 4 Struktur Organisasi PT Gumindo Bogamanis.....	15
Gambar 2. 5 Struktur Divisi <i>Marketing</i> PT Gumindo Bogamanis.....	18
Gambar 3. 1 Gambar Alur Kerja Magang.....	22
Gambar 3. 2 <i>Editorial Plan</i> Instagram.....	28
Gambar 3. 3 <i>Editorial Plan</i> TikTok @kuacirebo_official	28
Gambar 3. 4 Konten KREK KREK Instagram dan TikTok Kuaci RE-BO	30
Gambar 3. 5 Konten KREK ABIZ Instagram dan TikTok Kuaci RE-BO.....	31
Gambar 3. 6 Konten KREK DAYS Instagram dan TikTok Kuaci RE-BO	32
Gambar 3. 7 Interaksi dengan <i>followers</i> di Instagram @kuacirebo	33
Gambar 3. 8 Interaksi dengan <i>followers</i> di Instagram @kuacirebo	33
Gambar 3. 9 Produksi konten <i>event</i> Jakarta Sneaker Day 2025	35
Gambar 3. 10 Tahap <i>video editing</i> konten Kuaci RE-BO.....	35
Gambar 3. 11 <i>Social Media Report</i> Kuaci RE-BO	37
Gambar 3. 12 Kenaikan <i>Engagement Rate</i> Media Sosial Kuaci RE-BO.....	37



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pengantar MBKM - MBKM 01	47
Lampiran 2 Kartu MBKM - MBKM 02.....	48
Lampiran 3 <i>Daily Task</i> MBKM - MBKM 03	49
Lampiran 4 Lembar Verifikasi Laporan MBKM - MBKM 04.....	50
Lampiran 5 Surat Penerimaan MBKM (LoA)	51
Lampiran 6 Hasil Pengecekan Turnitin.....	52



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA