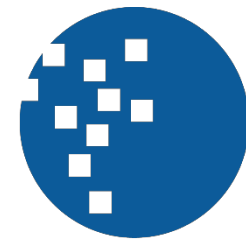


**AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MARKETING
DI PT BALLER INDONESIA**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

CHERYL REINA FILIANSIE

00000072779

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

AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MARKETING

DI PT BALLER INDONESIA



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

CHERYL REINA FILIANSIE

00000072779

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Cheryl Reina Filiansie

Nomor Induk Mahasiswa : 00000072779

Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan MBKM *Internship* dengan judul:

”*Aktivitas Social Media Marketing di PT Baller 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 maupun dalam pemagang laporan MBKM, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan MBKM *Internship* yang telah saya tempuh.

Tangerang, 24 Juni 2025



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Cheryl'.

Cheryl Reina Filiansie

UMIN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM *Internship* dengan judul

AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MARKETING DI PT BALLER INDONESIA

Oleh

Nama : Cheryl Reina Filiansie
NIM : 00000072779
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Sabtu, 19 Juli 2025
Pukul 10.00 s/d 11.00 dan dinyatakan
LULUS

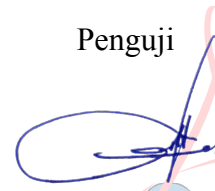
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Maria Advenita Gita Elmada, M.Si.,
NIDN 0309129202

Penguji



Digitally signed
by Lolita
Lavietha
Date: 2025.07.25
20:43:44 +07'00'

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

Pembimbing



Maria Advenita Gita Elmada, M.Si.,
NIDN 0309129202

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Digitally signed by
Cendera Rizky Anugrah
Bangun
Date: 2025.07.28
10:49:09 +07'00'

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 : Cheryl Reina Filiansie

NIM : 00000072779

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya : Laporan MBKM *Internship*

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 DI PT BALLER INDONESIA

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 pemangag/ pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 24 Juni 2025

Yang menyatakan,



(Cheryl Reina Filiansie)

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 selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul: “*Aktivitas Social Media Marketing di PT Baller Indonesia*” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Jurusan 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 tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, 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, S.I.Kom., M.Si., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya laporan magang ini.
5. Ibu Venska Adelia Tanubrata, MBA., sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM *Internship*.
6. Kepada Perusahaan PT Baller Indonesia, yang telah menerima dan bersedia menerima pemegang selama melakukan program.
7. Ibu Maria Advenita Gita Elmada, S.I.Kom., M.Si., selaku Ketua Sidang Magang yang telah memberikan waktu, perhatian, serta masukan yang membangun selama proses sidang berlangsung, sehingga pelaksanaan dan penyelesaian laporan magang ini dapat berjalan dengan baik.
8. Ibu Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Penguji Sidang Magang yang telah memberikan saran, koreksi, serta perspektif yang berharga demi penyempurnaan laporan magang ini.

9. Orang tua yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga pemegang dapat menyelesaikan laporan MBKM ini..
10. Kepada teman-teman terdekat saya, Jessica Yeoko dan Syaima Najla, yang selalu memberikan semangat, dukungan moral, serta menjadi tempat berbagi cerita selama proses magang dan penyusunan laporan ini.
11. Seluruh rekan kerja divisi divisi Social Media Marketing PT Baller Indonesia yang sudah membantu dan memberikan dukungan selama proses kerja magang.

Saya sadar masih terdapat banyak kekurangan dan ruang perbaikan baik dari sisi materi maupun teknis. Oleh karena hal tersebut, saya membuka diri dan menerima setiap kritik yang bertujuan membangun pengetahuan saya. Saya berharap tulisan ini dapat membantu adik-adik kelas dan memberikan gambaran tentang praktik kerja magang.

Tangerang, 24 Juni 2025



(Cheryl Reina Filiansie)

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MARKETING DI PT BALLER INDONESIA

(Cheryl Reina Filiansie)

ABSTRAK

Strategi *social media marketing* menjadi elemen penting dalam membangun identitas merek, terutama bagi brand yang menyasar generasi muda. PT Baller Indonesia merupakan brand koper lokal yang memanfaatkan TikTok sebagai kanal utama untuk menjangkau audiens melalui konten yang visual, interaktif, dan relevan. Peserta kerja magang ditempatkan sebagai *Social Media Marketing Intern* dan bertanggung jawab dalam pengelolaan dua akun TikTok, yaitu @ballerindonesia dan @lifeatballer. Aktivitas meliputi perencanaan konten, produksi video, penulisan *caption*, *copywriting*, hingga analisis performa bulanan. Selama pelaksanaan, beberapa kendala yang dihadapi antara lain keterbatasan fitur akun bisnis TikTok dalam mengakses audio viral, perubahan output konten secara mendadak, serta revisi konsep konten yang menyebabkan *editorial plan* perlu disusun ulang. Solusi yang dilakukan adalah pengeditan manual audio, penjadwalan ulang produksi, hingga kolaborasi dengan tim untuk menyusun ide konten baru. Melalui pengalaman ini, peserta kerja magang mempelajari bagaimana teori digital marketing diterapkan dalam praktik, sekaligus mengasah kemampuan komunikasi, kerja tim, dan pemecahan masalah.

Kata kunci: Marketing Media Sosial, TikTok, Konten Digital, Strategi Komunikasi

U M 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 MARKETING ACTIVITIES

AT PT BALLER INDONESIA

(Cheryl Reina Filiansie)

ABSTRACT

Social media marketing strategy plays a crucial role in building brand identity, especially for brands targeting younger generations. PT Baller Indonesia is a local luggage brand that utilizes TikTok as its main platform to reach audiences through visual, interactive, and relevant content. The internship participant was placed as a Social Media Marketing Intern and was responsible for managing two TikTok accounts: @ballerindonesia and @lifeatballer. Activities included content planning, video production, caption writing, copywriting, and monthly performance analysis. During the internship, several challenges arose, including limited access to trending audio due to business account restrictions, sudden changes in content output, and content concept revisions that required the editorial plan to be restructured. Solutions included manual audio editing, rescheduling production, and team collaboration to generate new content ideas. Through this experience, the intern gained insights into the practical application of digital marketing theories while also improving communication, teamwork, and problem-solving skills.

Keywords: Social Media Marketing, TikTok, Digital Content, Communication Strategy

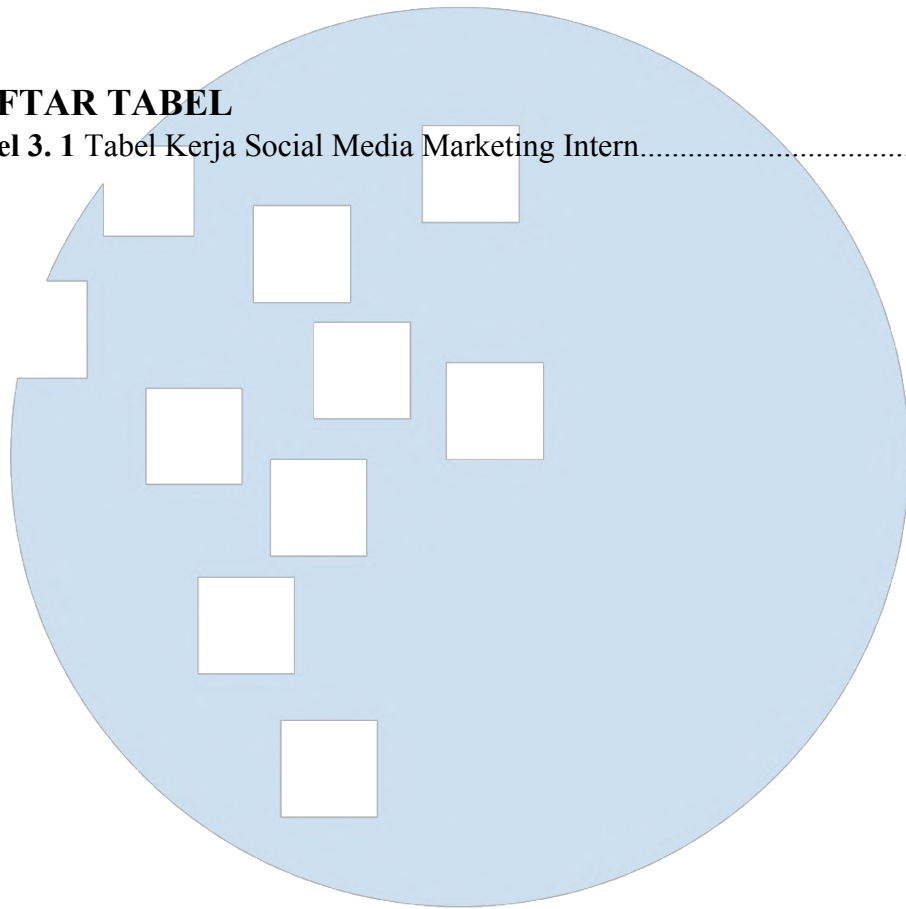
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT (English)</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang	5
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	6
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	8
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	8
2.1.1 Visi Misi	10
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	11
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	15
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	15
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	17
3.3 Kendala yang Ditemukan	45
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	46
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	48
4.1 Simpulan	48
4.2 Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN	53

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Tabel Kerja Social Media Marketing Intern.....	18
---	----



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tampilan Akun Resmi Sosial Media Baller Indonesia.....	4
Gambar 2.1 Logo PT Baller Indonesia.....	8
Gambar 2.2 Struktur Organisasi Baller Indonesia.....	11
Gambar 2.3 Struktur Departemen <i>Marketing</i> Baller Indonesia.....	13
Gambar 3.1 Alur Kerja Magang.....	15
Gambar 3.2 Target Audiens TikTok PT Baller Indonesia.....	21
Gambar 3.3 Riset Tren Konten @lifeatballer.....	23
Gambar 3.4 Riset Tren Konten @ballerindonesia.....	24
Gambar 3.5 <i>Key Performance Indikator</i> Social Media Baller	25
Gambar 3.6 <i>Editorial Plan</i> Akun Lifeatballer.....	29
Gambar 3.7 <i>Content Writing</i> Akun @lifeatballer	30
Gambar 3.8 <i>Editorial Plan</i> Akun @ballerindonesia	32
Gambar 3.9 Proses Perekaman Konten Akun @lifeatballer.....	35
Gambar 3.10 Proses Penyuntingan Konten @lifeatballer di TikTok....	36
Gambar 3.11 Proses Penyuntingan Konten @lifeatballer di CapCut....	36
Gambar 3.12 Interaksi Komentar dengan Audiens @lifeatballer	37
Gambar 3.13 Proses Edit <i>Copywriting</i> Konten @ballerindonesia	39
Gambar 3.14 Interaksi DM dengan Audiens @ballerindonesia.....	40
Gambar 3.15 Proses <i>Shooting</i> Sebagai Talent.....	41
Gambar 3.16 <i>List Key Opinion Leader</i>	42
Gambar 3.17 <i>Month Report</i> @lifeatballer.....	43
Gambar 3.18 <i>Month Report</i> @ballerindonesia.....	44

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 LAMPIRAN

Lampiran 1 - <i>Cover Letter</i> MBKM 01	51
Lampiran 2 - Surat Pengantar Kerja Magang	52
Lampiran 3 - Kartu Kerja Magang MBKM 02	53
Lampiran 4 - <i>Daily Task</i> MBKM 03	54
Lampiran 5 - Lembar Verifikasi MBKM 04	55
Lampiran 6 - Surat Penerimaan Magang	56
Lampiran 7 - Form Bimbingan Magang	57
Lampiran 8 - Turnitin	58
Lampiran 9 - Hasil Kerja Magang	59
Lampiran 10 - <i>Curriculum Vitae</i> (CV)	62

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA