

**AKTIVITAS PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL & EVENT
MARKETING DI PT. INDOFRESH**



LAPORAN MAGANG

**Hansel Lukito
00000075802**

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

**AKTIVITAS PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL & EVENT
MARKETING DI PT. INDOFRESH**



LAPORAN MAGANG

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Strategic Communication

Hansel Lukito
00000075802

PROGRAM STUDI STRATEGIC COMMUNICATION
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Hansel Lukito

Nomor Induk Mahasiswa : 00000075802

Program studi : Strategic Communication

Laporan Magang Penelitian dengan judul:

AKTIVITAS PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL & EVENT MARKETING DI PT. INDOFRESH

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 MAGANG, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan MAGANG yang telah saya tempuh.

Tangerang, 24 Juni 2025



Hansel Lukito

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**AKTIVITAS PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL & EVENT MARKETING
DI PT. INDOFRESH**

Oleh

Nama : Hansel Lukito
NIM : 00000075802
Program Studi : Strategic Communication
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 17 Juli 2025
Pukul 10.00 s/d 11.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing

Penguji



Charlie Tjokrodinata, S.Kom., M.Sc
NIDN : 0324098002

Helga Liliani Cakra Dewi, S. I.kom., M.Comm.
NIDN : 0317089201

Ketua Sidang

Charlie Tjokrodinata, S.Kom., M.Sc
NIDN : 0324098002

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., 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 : Hansel Lukito
NIM : 00000075802
Program Studi : Strategic Communication
Fakultas : Ilmu Komunikasi
JenisKarya : 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:

AKTIVITAS PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL & EVENT MARKETING DI PT. INDOFRESH

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,



Hansel Lukito

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan magang dengan judul: “Aktivitas Pengelolaan Media Sosial & Event Marketing di PT Indofresh” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana (S1) 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 mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Charlie Tjokrodinata, S.Kom., M.Sc., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya laporan ini.
5. Aurelia Rooselinda, selaku Marketing Leader di PT Indofresh sekaligus pembimbing lapangan yang telah membimbing, memberikan arahan, motivasi, dan banyak pelajaran praktis selama masa magang berlangsung.
6. PT Indofresh, sebagai perusahaan yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk belajar langsung di lingkungan kerja profesional, serta mengembangkan keterampilan dalam bidang pemasaran, komunikasi digital, dan kolaborasi tim.

7. Seluruh tim Marketing PT Indofresh, khususnya tim konten dan media sosial yang telah mendukung, membimbing, serta menjadikan pengalaman magang ini sangat bermakna.
8. Keluarga yang telah memberikan dukungan moral dan material tanpa henti, serta menjadi sumber kekuatan selama proses perkuliahan dan magang.
9. Seluruh dosen Universitas Multimedia Nusantara yang telah membagikan ilmu, bimbingan, dan inspirasi sejak semester pertama hingga saat ini.

Laporan ini telah disusun dengan semaksimal mungkin berdasarkan pengalaman nyata selama magang, namun saya menyadari bahwa laporan ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, saya terbuka terhadap segala bentuk kritik dan saran yang membangun untuk penyempurnaan di masa mendatang.

Semoga laporan ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat, baik bagi mahasiswa lain yang akan menjalani program magang, maupun pihak-pihak yang berkepentingan dalam memahami praktik nyata di bidang komunikasi pemasaran digital.

Tangerang, 24 Juni 2025



Hansel Lukito

AKTIVITAS PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL & EVENT MARKETING DI PT. INDOFRESH

Hansel Lukito

ABSTRAK

Laporan ini disusun berdasarkan pengalaman magang penulis sebagai Marketing Intern di PT Indofresh, salah satu perusahaan distribusi buah segar terbesar di Indonesia. Pemilihan perusahaan ini didasarkan pada kesesuaiannya dengan minat dan kompetensi penulis di bidang komunikasi strategis, khususnya marketing communication. Selama masa magang, penulis terlibat langsung dalam berbagai aktivitas seperti produksi konten media sosial, koordinasi visual, aktivasi event promosi, hingga kolaborasi dengan Key Opinion Leader (KOL). Penulis juga menerapkan teori komunikasi seperti Integrated Marketing Communication (IMC), Uses and Gratifications, serta Media Richness Theory dalam konteks kerja nyata. Tantangan yang dihadapi meliputi penyesuaian terhadap dinamika industri yang cepat, keterbatasan waktu produksi konten, serta kebutuhan untuk menjaga konsistensi pesan lintas media. Solusi yang diterapkan mencakup optimalisasi perencanaan konten mingguan, peningkatan koordinasi antar divisi, serta pemanfaatan feedback audiens sebagai dasar pengembangan strategi selanjutnya. Pengalaman ini tidak hanya memperkaya pemahaman akademis, tetapi juga membentuk kesiapan profesional penulis dalam menghadapi tantangan industri komunikasi yang dinamis.

Kata kunci: event marketing, IMC, komunikasi pemasaran, komunikasi strategis

SOCIAL MEDIA MANAGEMENT & EVENT MARKETING

ACTIVITIES AT PT. INDOFRESH

Hansel Lukito

ABSTRACT

This report is based on the author's internship experience as a Marketing Intern at PT Indofresh, one of the largest fresh fruit distribution companies in Indonesia. The company was selected due to its alignment with the author's interests and competencies in strategic communication, particularly marketing communication. During the internship, the author was directly involved in various activities, including social media content production, visual coordination, event activation, and collaboration with Key Opinion Leaders (KOL). Theoretical frameworks such as Integrated Marketing Communication (IMC), Uses and Gratifications Theory, and Media Richness Theory were applied in real work contexts. Challenges encountered included adapting to the fast-paced industry, time limitations in content production, and the need to maintain consistent messaging across media platforms. Solutions implemented involved optimizing weekly content planning, enhancing cross-division coordination, and utilizing audience feedback as a foundation for future strategic improvements. This experience not only enriched the author's academic understanding but also developed professional readiness to face the dynamic challenges of the communication industry.

Keywords: event marketing, IMC, marketing communication, strategic communication

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Maksud dan Tujuan Kerja Magang	5
Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	8
BAB II	
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	10
Sejarah Singkat Perusahaan	10
Visi Misi	15
Nilai Perusahaan	16
Slogan Perusahaan	18
Struktur Organisasi Perusahaan	18
BAB III	
PELAKSANAAN KERJA MAGANG	24
Kedudukan dan Koordinasi	25
Tugas dan Uraian Kerja Magang	31

Kendala yang Ditemukan	47
Solusi atas Kendala yang Ditemukan	48
BAB IV	
SIMPULAN DAN SARAN	50
Simpulan	50
Saran	51
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN	56

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel Tugas Kerja Magang	30
Tabel 3.2 Timeline Kerja Magang	31
Tabel 3.3 List KOL Indofresh	38

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 We Are Social Indonesia	4
Gambar 2.1 Logo PT.Indofresh	11
Gambar 2.2 PT.Indofresh Cabang Marunda	12
Gambar 2.3 Logo Perusahaan ANG	13
Gambar 2.4 Akun Instagram Indofresh	14
Gambar 2.5 Akun Instagram FreshCo & Wangshan	15
Gambar 2.6 Corporate Value Indofresh	17
Gambar 2.7 Struktur Organisasi Indofresh	20
Gambar 2.8 Struktur Tim Marketing	22
Gambar 3.1 Insight Dashboard Instagram Indofresh	32
Gambar 3.2 Dokumentasi di Gudang Indofresh	33
Gambar 3.3 Caption Instagram Indofresh	34
Gambar 3.4 Profile Page Indofresh	35
Gambar 3.5 Dokumentasi Shooting Konten	36
Gambar 3.6 Profile Page Audrey Vanessa	38
Gambar 3.7 Konten Digital Event	41
Gambar 3.8 Banner Fisik Event Indofresh	42
Gambar 3.9 Konten Digital Event	44
Gambar 3.10 Report Bulanan Indofresh	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Surat Pengantar Magang	53
Lampiran B. Kartu Magang	54
Lampiran C. Daily Task Kewirausahaan	55
Lampiran D. Lembar Verifikasi Magang	67
Lampiran E. Surat Penerimaan Magang	68
Lampiran F. Form Konsultasi Magang	69
Lampiran G. Hasil Pengecekan Turnitin	70
Lampiran H. Curriculum Vitae	71

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA