

AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MANAGEMENT DI ONEDO

CREATIVE SINAR MAS LAND



Lutfiana Zarifa

00000083659

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

2025

AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MANAGEMENT DI ONEDO

CREATIVE SINAR MAS LAND



LAPORAN MAGANG

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

Lutfiana Zarifa

00000083659

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

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Lutfiana Zarifa

Nomor Induk Mahasiswa 00000083659

Program studi : Strategic Commucation

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MANAGEMENT DI ONEDO CREATIVE SINAR MAS LAND

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, 10 Juli 2025

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



(Lutfiana Zarifa)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul

AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MANAGEMENT DI ONEDO CREATIVE SINAR MAS LAND

Oleh

Nama : Lutfiana Zarifa
NIM : 00000083659
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 10 Juli 2025
Pukul 08.00 s.d 09.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Dr. Wahyuningsih Subekti M.Si.
NIDN 033067401

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

Pembimbing

Dr. Wahyuningsih Subekti M.Si.
NIDN 033067401

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 : Lutfiana Zarifa
NIM : 00000083659
Program Studi : Strategic Communication
Fakultas : Ilmu Komunikasi
JenisKarya : Laporan MBKM

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 MANAGEMENT DI ONEDO CREATIVE SINAR MAS LAND

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,



(Lutfiana Zarifa)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas selesainya praktik kerja magang di Sinar Mas Land dan penulisan laporan kerja magang ini dengan judul: “AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MANAGEMENT DI ONEDO CREATIVE SINAR MAS LAND”. Laporan ini dibuat untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar S.I.Kom Jurusan Strategic Communication Pada Fakultas Ilmu Komunikasi di 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. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Rismi Juliadi, S.T., S.Si., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Dr. Wahyuningsih Subekti, S.Sos., M.Si. sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Kak Yosephina Indah, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Kepada Perusahaan Onedo Creative yang memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan praktik kerja magang
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini..

Tangerang, 24 Juni 2025



(Lutfiana Zarifa)

AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MANAGEMENT DI ONEDO

CREATIVE SINAR MAS LAND

(Lutfiana Zarifa)

ABSTRAK

Di era digital, media sosial berkembang pesat dan menjadi alat komunikasi penting, tidak hanya antarindividu, tetapi juga bagi perusahaan. Media sosial dimanfaatkan untuk membangun identitas brand, meningkatkan interaksi, dan menjangkau audiens. Onedo Creative, anak perusahaan Sinar Mas Land, turut mengoptimalkan media sosial untuk membantu klien mencapai tujuan komunikasinya. Praktik kerja magang ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui implementasi *social media management* pada klien-klien Onedo Creative, khususnya dalam membuat perencanaan konten dan bagaimana pengelolaan sosial media. Adapun hasil kerja magang penulis Penulis terlibat langsung dalam pembuatan content plan dan laporan untuk klien OneSmartServices dan Living Lab Ventures. Hasilnya, perencanaan konten yang terstruktur terbukti mendukung pencapaian objektif klien, sekaligus memperkuat pemahaman penulis terhadap praktik komunikasi digital di dunia profesional.

Kata kunci: *Social Media Management, Content Planning, Digital Marketing*



AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MANAGEMENT DI ONEDO

CREATIVE SINAR MAS LAND

(Lutfiana Zarifa)

ABSTRACT (English)

In the digital era, social media is rapidly growing and becoming an important communication tool, not only between individuals, but also for companies. Social media is utilized to build brand identity, increase interaction, and reach audiences. Onedo Creative, a subsidiary of Sinar Mas Land, also optimizes social media to help clients achieve their communication goals. This internship was carried out with the aim of knowing the implementation of social media management on Onedo Creative's clients, especially in making content planning and how to manage social media. The results of the internship work of the author The author is directly involved in making content plans and reports for OneSmartServices and Living Lab Ventures clients. As a result, structured content planning is proven to support the achievement of client objectives, while strengthening the author's understanding of digital communication practices in the professional world.

Keywords: *Social Media Management, Content Planning, Digital Marketing*



DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	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 Kerja Magang	6
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	6
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	8
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	8
2.2 Visi Misi	11
2.3 Struktur Organisasi Perusahaan	12
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	41
3.5 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	42
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	43

4.1	Simpulan	43
4.2	Saran	44
DAFTAR PUSTAKA		46
LAMPIRAN		48



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan Selama Magang

18



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data pengguna sosial media per Februari 2025	1
Gambar 2.1 Logo Perusahaan Sinar Mas Land	9
Gambar 2.2 Logo Onedo Creative	10
Gambar 2.3 Struktur Organisasi Onedo Creative	14
Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi	16
Gambar 3.2 Halaman Request S/BU Request Portal	16
Gambar 3.3 <i>The Circular Model of SOME</i>	21
Gambar 3.4 Content pillar dalam content planning One Smart Services	24
Gambar 3.5 Kuis sebagai bentuk keypoints dari elemen <i>Share</i>	25
Gambar 3.6 Social Media Reports sebagai bentuk keypoints dari elemen <i>Optimize</i>	26
Gambar 3.7 Brainstorming dengan klien sebagai bentuk keypoints dari elemen <i>Optimize</i>	27
Gambar 3.8 Meta Business Suite sebagai bentuk keypoints dari elemen <i>Manage</i>	28
Gambar 3.9 Bentuk <i>quick response</i> penulis terhadap klien	29
Gambar 3.10 Konten <i>live report</i> sebagai bentuk <i>real-time interaction</i>	30
Gambar 3.11 Content pillar partnership	31
Gambar 3.12 Content pillar polling untuk keypoints <i>Participate</i>	34
Gambar 3.13 Social Media reports LLV	36
Gambar 3.14 Gambaran LinkedIn Campaign Manager	37
Gambar 3.15 Bentuk <i>quick response</i> dari penulis kepada klien	38
Gambar 3.16 Bentuk <i>real-time interaction</i>	39

DAFTAR LAMPIRAN

A. Surat Pengantar MBKM - MBKM 01	61
B. Kartu MBKM - MBKM 02	62
C. Daily Task MBKM - MBKM 03	63
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM - MBKM 04	63
E. Surat Penerimaan MBKM (LoA)	64
F. Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin	66
G. Semua Hasil Karya yang dilakukan selama MBKM	66

