

**STRATEGI PEMASARAN DIGITAL ALFAMIDI MELALUI
SOCIAL MEDIA INSTAGRAM**



LAPORAN MAGANG

MAGDALENA YETA PUTRI

00000075447

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

STRATEGI PEMASARAN DIGITAL ALFAMIDI MELALUI SOCIAL MEDIA INSTAGRAM



LAPORAN MAGANG

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

MAGDALENA YETA PUTRI

00000075447

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

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Magdalena Yeta Putri

Nomor Induk Mahasiswa : 00000075447

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

STRATEGI PEMASARAN DIGITAL ALFAMIDI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

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 magang maupun dalam penulisan laporan magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 1 Juli 2025



(Magdalena Yeta Putri)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**STRATEGI PEMASARAN DIGITAL ALFAMIDI MELALUI MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM**

Oleh
Nama : Magdalena Yeta Putri
NIM : 00000075447
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 15 Juli 2025

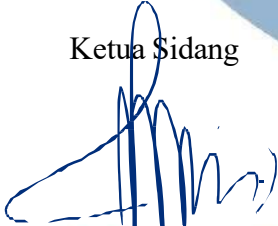
Pukul 08.00 s/d 09.00 dan dinyatakan

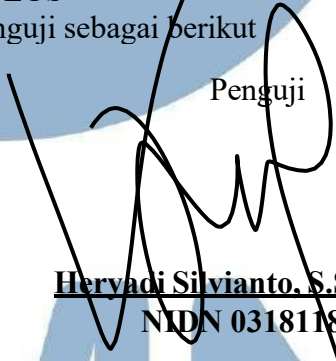
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut

Ketua Sidang

Penguji


Nike Putri Yunandika, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIDN 0325019101


Heryadi Silvianto, S.Sos., M.Si
NIDN 0318118301

Pembimbing


Nike Putri Yunandika, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIDN 0325019101

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi


Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan Magang dengan judul
**STRATEGI PEMASARAN DIGITAL ALFAMIDI MELALUI MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM**

Oleh

Nama : Magdalena Yeta Putri
NIM : 00000075447
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 1 Juli 2025

Pembimbing

Nike Putri Yunandika, S.I.Kom., M.I.Kom

NIDN 0325019101

Ketua Program Studi Ilmu Komuniasi

Candera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.

NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Magdalena Yeta Putri

NIM : 00000075447

Program Studi : Ilmu Komunikasi

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 karya ilmiah saya yang berjudul:

STRATEGI PEMASARAN DIGITAL ALFAMIDI MELALUI SOSIAL MEDIA INNSTAGRAM

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.

Tangerang, 1 Juli 2025

Yang menyatakan,



(Magdalena Yeta Putri)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul:

“STRATEGI PEMASARAN DIGITAL ALFAMIDI MELALUI SOSIAL INSTAGRAM”

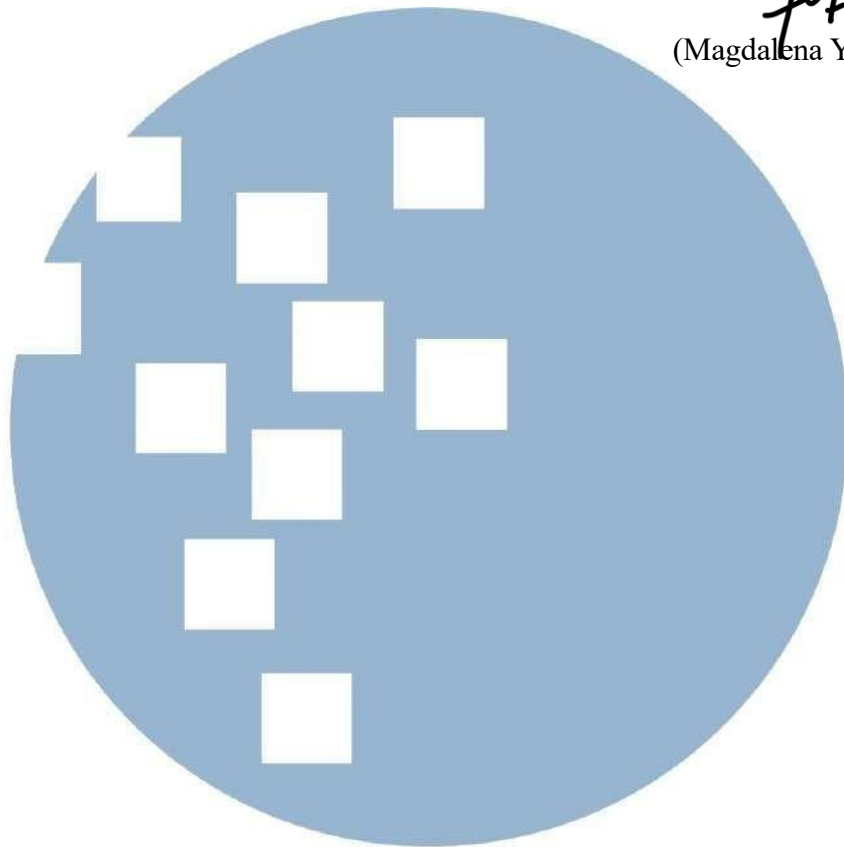
dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari sepenuhnya bahwa laporan magang ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, baik selama masa studi maupun proses penyusunannya. 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, 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 Nike Putri Yunandika, S.I.Kom., M.I.Kom. sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Bapak/Ibu Dosen selaku Ketua Sidang dan Bapak/Ibu Dosen selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral

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

Tangerang, 1 Juli 2025


(Magdalena Yeta Putri)



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

STRATEGI PEMASARAN DIGITAL ALFAMIDI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

Magdalena Yeta Putri

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan teknologi digital telah mendorong transformasi signifikan dalam strategi komunikasi perusahaan, khususnya di sektor ritel. Perubahan pola konsumsi masyarakat yang kini mengandalkan internet dan media sosial menjadi alasan utama mengapa perusahaan perlu melakukan adaptasi melalui pemasaran digital. Program magang ini dilakukan di PT. Midi Utama Indonesia Tbk (Alfamidi), yang dikenal aktif memanfaatkan media sosial sebagai kanal komunikasi untuk menjangkau konsumen secara lebih efektif. Selama menjalani peran sebagai *Social Media Marketing Internship*, penulis terlibat dalam berbagai aktivitas seperti pengelolaan konten, perencanaan strategi media sosial, hingga pelaksanaan *live streaming*. Pengalaman magang ini memberikan pemahaman langsung mengenai pentingnya kreativitas, kolaborasi tim, dan pemanfaatan data dalam mendukung efektivitas kampanye digital. Laporan ini bertujuan untuk merefleksikan dinamika kerja komunikasi pemasaran di tengah tantangan industri ritel modern, serta mengidentifikasi kontribusi nyata media sosial dalam memperkuat keterlibatan konsumen dan efisiensi operasional.

Kata kunci: Alfamidi, Industri Ritel, *Live Streaming*, Magang, *Social Media Marketing*.

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

AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MARKETING DI PT MIDI UTAMA INDONESIA TBK PADA AKUN @Alfamidi_ku

Magdalena Yeta Putri

ABSTRACT

The rapid advancement of digital technology has significantly transformed corporate communication strategies, particularly in the retail sector. Changes in consumer behavior, which now heavily rely on the internet and social media, have pushed companies to adapt through digital marketing. This internship program was carried out at PT Midi Utama Indonesia Tbk (Alfamidi), a company known for actively utilizing social media as a communication channel to effectively reach its consumers. During the internship as a Social Media Marketing Intern, the writer was involved in various activities such as content management, social media strategy planning, and live streaming execution. This experience provided direct insight into the importance of creativity, team collaboration, and data utilization in supporting the effectiveness of digital campaigns. This report aims to reflect on the dynamics of marketing communication work amid the challenges of the modern retail industry and to identify the tangible contribution of social media in strengthening customer engagement and improving operational efficiency.

Keywords: *Alfamidi, Retail Industry, Live Streaming, Internship, Social Media Marketing*



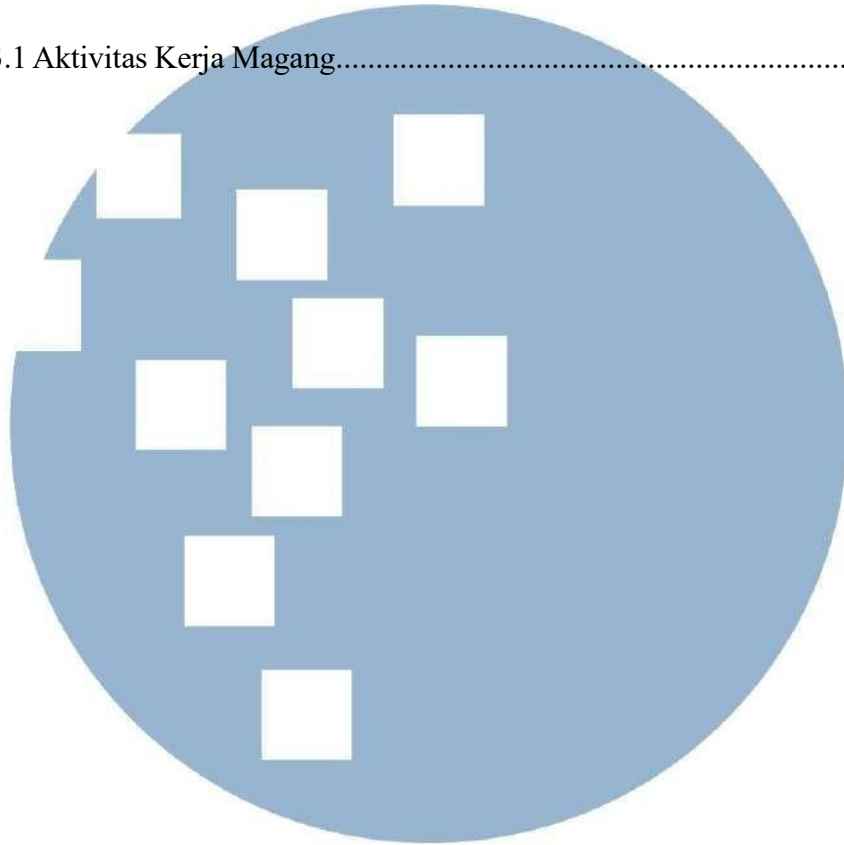
DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	1
HALAMAN PENGESAHAN	2
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	3
KATA PENGANTAR.....	5
ABSTRAK	7
<i>ABSTRACT</i>	8
DAFTAR ISI.....	9
DAFTAR GAMBAR	11
DAFTAR LAMPIRAN.....	12
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang	3
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	4
BAB II GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI	6
2.1 Tentang PT. Midi Utama Indonesia Tbk.....	6
2.2 Visi Misi PT. Midi Utama Indonesia Tbk	7
2.3 Struktur Organisasi PT. Midi Utama Indonesia Tbk.....	7
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	10
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang.....	10
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN.....	19
4.1 Simpulan.....	19
4.2 Saran.....	20

DAFTAR PUSTAKA.....	22
----------------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Aktivitas Kerja Magang.....	11
---------------------------------------	----



UMN

**UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA**

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tingkat presentasi secara Global.....	1
Gambar 2.1.1 Logo PT. Midi Utama Indonesia Tbk.....	5
Gambar 2.2.2 Struktur Organisasi PT. Midi Utama Indonesia.....	8
Gambar 2.2.3 Struktur Organisasi Divisi Marketing.....	9
Gambar 3.1 Flow Kerja Magang di Pt Midi Utama Indonesia.....	11
Gambar 3.2.1 Membuat Script Konten.....	15
Gambar 3.2.3 Membuat konten.....	17
Gambar 3.3.3 Live Streaming.....	18



DAFTAR LAMPIRAN

A. Surat Pengantar MBKM 01.....	23
B. Kartu MBKM 02.....	24
C. Daily Task MBKM.....	25
D. Lembar Verifikasi laporan MBKM 04.....	37
E. Surat Penerimaan Magang.....	38
F. Lampiran Pengecekan Turnitin.....	39
G. Formulir Konsultasi Magang.....	40
H. Dokumentasi Aktivitas dan Hasil Karya Selama Kerja Magang.....	41

