

**AKTIVITAS *SOCIAL MEDIA MARKETING* DI PT MIDI UTAMA
INDONESIA,TBK**



LAPORAN MAGANG

Vanessa Olivia

00000069655

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

2025

**AKTIVITAS *SOCIAL MEDIA MARKETING* DI PT MIDI UTAMA
INDONESIA,TBK**



LAPORAN MAGANG

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

VANESSA OLIVIA
00000069655

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

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Vanessa Olivia
Nomor Induk Mahasiswa : 00000069655
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

AKTIVITAS *SOCIAL MEDIA MARKETING* DI PT MIDI UTAMA INDONESIA, TBK
merupakan hasil karya 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 Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan magang dalam penulisan laporan magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 25 Juni 2025



A handwritten signature in black ink, appearing to be "Vanessa Olivia", is written over the stamp.

(Vanessa Olivia)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
AKTIVITAS *SOCIAL MEDIA MARKETING* DI PT MIDI UTAMA INDONESIA,TBK

Oleh

Nama : Vanessa Olivia
NIM : 00000069655
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 7 Juli 2025

Pukul 13.00 s.d 14.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut

Ketua Sidang



Angga Ariestya, S.Sos.,M.Si.

NIDN 311048505

Penguji



Digitally signed
by Intan Primadini
Date: 2025.07.23
14:27:56 +07'00'

Intan Primadini, S.Sos., M.Si.

NIDN 0326098501

Pembimbing



Angga Ariestya, S.Sos., M.Si.

NIDN 311048505

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi



Digitally signed by
Cendera Rizky
Anugrah Bangun
Date: 2025.07.25
12:31:13 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.

NIDN 030407840

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Vanessa Olivia
NIM : 00000069655
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 laporan magang saya yang berjudul:

AKTIVITAS *SOCIAL MEDIA MARKETING* DI PT MIDI UTAMA INDONESIA,TBK
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, 25 Juni 2025



(Vanessa Olivia)

UMN
UNIVERSITA
MULTIMEDIA
NUSANTARA

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul: “**AKTIVITAS *SOCIAL MEDIA MARKETING* DI PT MIDI UTAMA INDONESIA,TBK**” 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 bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan magang ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan laporan magang ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

Mengucapkan terima kasih

1. Bapak Dr. 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. Bapak Angga Ariestya, S.Sos.,M.Si., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan serta arahan sehingga dapat terselesaikannya laporan ini.
5. Ibu Gwency Jovanka Legoh, S.Psi., sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan serta pengetahuan selama pelaksanaan proses kerja magang.
6. PT. Midi Utama Indonesia, Tbk., selaku perusahaan yang telah memberikan kesempatan untuk menjalankan proses kerja magang.
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan magang ini.
8. Teman-teman dekat serta tim Alfamidi yang telah memberi dukungan moral, sehingga laporan ini dapat terselesaikan.
9. Bapak Angga Ariestya, S.Sos.,M.Si., selaku Ketua Sidang yang telah memimpin jalannya sidang.
10. Ibu Intan Primadini, S.Sos., M.Si., selaku Penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang

Penulis menyadari bahwa laporan magang ini masih sangat jauh dari kata sempurna dan banyak kesalahan, maka dari itu penulis sangat terbuka untuk kritik dan saran. Semoga laporan ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi yang berguna kedepannya bagi para pembaca, terutama mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 25 Juni 2025



(Vanessa Olivia)



AKTIVITAS *SOCIAL MEDIA MARKETING* DI PT MIDI UTAMA INDONESIA, TBK

Vanessa Olivia
ABSTRAK

Di era digital, media sosial menjadi alat strategis dalam membangun *employer branding*. PT Midi Utama Indonesia, Tbk merupakan salah satu perusahaan retail yang turut memanfaatkan media sosial sebagai alat komunikasi. Pemilihan PT Midi Utama Indonesia, Tbk sebagai tempat pelaksanaan magang didasari oleh peran strategis perusahaan dalam memanfaatkan media sosial untuk membangun *employer branding* melalui akun Instagram @midikarir.official. Tujuan dari kerja magang ini adalah untuk memahami dan mengimplementasikan strategi *Social Media Marketing* dalam mendukung proses *rebranding*. Aktivitas *social media marketing*, yang dilakukan, seperti perencanaan dan penyusunan konten (*content planning*), pembuatan konten visual dan caption (*content creation*), publikasi konten (*content sharing*), serta kolaborasi melalui *influencer marketing*. Dalam pelaksanaannya, tantangan utama yang dihadapi adalah tantangan dalam menciptakan konten yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga relevan dengan kebutuhan audiens, serta sesuai dengan citra baru perusahaan setelah proses *rebranding*. Secara keseluruhan, kegiatan magang ini memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai pentingnya strategi komunikasi digital dalam memperkuat posisi perusahaan di mata pencari kerja, serta menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi alat yang efektif dalam membangun hubungan jangka panjang antara perusahaan dan audiensnya.

Kata kunci: Alfamidi, Karir, Pemasaran Media Sosial, Pembuatan Konten, Perencanaan Konten



SOCIAL MEDIA MARKETING ACTIVITIES AT PT MIDI UTAMA INDONESIA, TBK

Vanessa Olivia
ABSTRACT

In the digital era, social media has become a strategic tool for building employer branding. PT Midi Utama Indonesia, Tbk, one of the leading retail companies in Indonesia, utilizes social media as a communication channel. The selection of PT Midi Utama Indonesia, Tbk as the internship placement was based on the company's strategic role in leveraging social media to enhance its employer branding through the Instagram account @midikarir.official. The purpose of this internship was to understand and implement Social Media Marketing strategies to support the rebranding process. Social media marketing activities carried out included content planning, content creation (visuals and captions), content sharing, and collaboration through influencer marketing. The main challenge during the internship was to create content that was not only visually appealing but also relevant to the audience's needs and aligned with the company's new branding image. Overall, this internship provided comprehensive insight into the importance of digital communication strategies in strengthening the company's position among job seekers, while demonstrating that social media can be an effective tool for building long-term relationships between a company and its audience.

Keywords: *Alfamidi, Career, Content Creation, Content Planning, Social Media Marketing*

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

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.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang.....	3
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	4
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang.....	4
1.3.2 Proses Pelaksanaan Kerja Magang.....	4
BAB II.....	6
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	6
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	6
2.1.1. Visi Misi.....	8
2.1.2 Budaya Kerja.....	8
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	9
BAB III.....	12
PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....	12
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	12

3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	13
3.2.1 Tugas Kerja Magang.....	13
3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang.....	15
3.3 Kendala yang ditemukan.....	27
3.4 Solusi atas kendala yang ditemukan.....	28
BAB IV.....	29
SIMPULAN DAN SARAN.....	29
4.1 Simpulan.....	29
4.2.1 Saran untuk Perusahaan.....	30
4.2.2 Saran untuk Universitas.....	30
4.2.3 Saran untuk Mahasiswa.....	30
LAMPIRAN.....	32



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Aktivitas <i>Social Media Intern</i>	14
--	----



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Statistik Pemasaran Media Sosial.....	1
Gambar 2.1 Logo Alfamidi.....	6
Gambar 2.2 Struktur Organisasi Divisi <i>Human Capital</i>	9
Gambar 2.3 Struktur Organisasi Departemen <i>Recruitment & Assessment</i>	10
Gambar 3.1 Alur <i>Approval</i> Konten.....	12
Gambar 3.2 Konten “ <i>From Intern to Employee</i> ”	16
Gambar 3.3 <i>Editorial Content Planning</i>	18
Gambar 3.4 Contoh <i>Content Brief</i>	19
Gambar 3.5 Contoh <i>Caption</i> Postingan “Visi & Misi Alfamidi”.....	20
Gambar 3.6 Contoh <i>Caption</i> Postingan “ <i>Giveaway Spesial</i> Midi Karir <i>Official</i> ”.....	20
Gambar 3.7 <i>Content Calendar</i>	21
Gambar 3.8 Contoh Monitoring Peserta & Pesan Informasi Kepada Pemenang.....	22
Gambar 3.9 Contoh Proses Video <i>Editing</i> Melalui Capcut & Desain Melalui Canva.....	23
Gambar 3.10 Contoh Cuplikan Screenshot Video & Cover <i>Reel</i> “Hari Kartini”	23
Gambar 3.11 Contoh Postingan <i>Feed</i> & <i>Reel</i> Alfamidi Karir.....	24
Gambar 3.12 Contoh Pesan Informasi ke Grup WhatsApp IG Cabang.....	24
Gambar 3.13 Contoh Video Instagram <i>Story</i> Alfamidi Karir.....	25
Gambar 3.14 Contoh Postingan Instagram <i>Story</i> Games Alfamidi Karir.....	25
Gambar 3.15 Contoh Data Informasi Mengenai <i>Influencer</i> Potensial.....	26
Gambar 3.16 Contoh Pesan Informasi Tawaran Kerja Sama dengan <i>Influencer</i>	27

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 - Surat Pengantar MBKM 01.....	32
Lampiran 2 - Kartu MBKM 02.....	33
Lampiran 3 - <i>Daily Task</i> MBKM 03.....	34
Lampiran 4 - Lembar Verifikasi Laporan MBKM 04.....	52
Lampiran 5 - Surat Penerimaan MBKM (LoA).....	53
Lampiran 6 - Pengecekan Hasil Turnitin.....	54
Lampiran 7 - Lampiran CV.....	55
Lampiran 8 - Hasil Lembar Konsultasi Bimbingan.....	57
Lampiran 9 - Hasil Karya MBKM.....	58

