

AKTIVITAS *SOCIAL MEDIA AND COMMUNITY INTERN*

PT RENOS MARKETPLACE INDONESIA



LAPORAN MAGANG

JEA GHANIMA PETRIVIENA

00000087670

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

AKTIVITAS *SOCIAL MEDIA AND COMMUNITY INTERN*

PT RENOS MARKETPLACE INDONESIA



LAPORAN MAGANG

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

JEA GHANIMA PETRIVIENA

00000087670

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Jea Ghanima Petriviena

Nomor Induk Mahasiswa : 00000087670

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

AKTIVITAS *SOCIAL MEDIA AND COMMUNITY INTERN* PT RENOS MARKETPLACE 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 magang maupun dalam penulisan laporan magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 4 September 2025



Jea Ghanima Petriviena

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**AKTIVITAS *SOCIAL MEDIA AND COMMUNITY INTERN* PT RENOS
MARKETPLACE INDONESIA**

Oleh

Nama : Jea Ghanima Petriviena
NIM : 00000087670
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 3 Desember 2025
Pukul 10.00 s.d 11.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

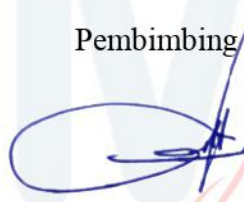

Digitally signed
by Lolita Lavietha
Date: 2025.12.08
10:44:46 +07'00'



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

Agus Kustiwa, S.Sos, M.Si.
NIDN: 0318118203

Pembimbing


Digitally signed
by Lolita Lavietha
Date: 2025.12.08
10:45:02 +07'00'

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

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Digitally signed by
Cendera Rizky Anugrah
Bangun
Date: 2025.12.09 12:43:05
+07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Jea Ghanima Petrivienna
Nomor Induk Mahasiswa : 00000087670
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Jenis Karya : Laporan Magang
Judul Karya Ilmiah :

AKTIVITAS *SOCIAL MEDIA AND COMMUNITY INTERN* PT RENOS MARKETPLACE INDONESIA

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (**pilih salah satu**):

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 4 September 2025



Jea Ghanima Petrivienna

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/ HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN

KATA PENGANTAR

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

AKTIVITAS *SOCIAL MEDIA AND COMMUNITY INTERN* PT RENOS MARKETPLACE INDONESIA 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 Theresia Lavietha Vivrie Lolita S.I.Kom, M.I.Kom sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi selama proses magang dan pembuatan laporan akhir ini. Bapak/Ibu sebagai
5. Ibu Delvina Patricia selaku *Brand Communication Assistant Manager* sebagai *supervisor* selama berlangsungnya magang Mahasiswa yang telah memberikan insights dan dukungan terselesaikannya proses magang dengan lancar.
6. Ibu Azizah Ananda Faried selaku *Senior Social Media and Community Specialist* sebagai atasan yang telah membina, memberikan banyak *insights*, dan dukungan kepada mahasiswa selama melaksanakan proses magang.
7. Kepada perusahaan PT Renos Marketplace Indonesia yang telah memberikan fasilitas magang sebaik-baiknya untuk mahasiswa belajar melakukan praktik kerja selama 4 bulan.
8. Divisi Legal dan *Human Resource* yang telah bekerja sama membantu dan mengizinkan mahasiswa melakukan karya akhir saat pelaksanaan magang dengan memberikan dokumen-dokumen penting yang diperlukan.
9. Seluruh responden survei karya mahasiswa saat magang yang telah berkontribusi dan membantu kelancaran perancangan tugas akhir dengan baik.
10. Alumni-alumni *Strategic Communication* UMN angkatan 2021 yang telah memberikan *insights* seputar pengambilan proyek tugas akhir jalur magang Track II.
11. Kedua orang tua, adik, dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material, moral, dan emosional terutama selama berlangsungnya praktik magang, perkuliahan., dan perancangan karya tugas akhir.

12. Sahabat dan teman-teman terdekat yang telah memberi dukungan emosional selama proses pelaksanaan magang dan pengerjaan tugas akhir berlangsung hingga terselesaikan dengan baik.

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

Tangerang, 4 September 2025



Jea Ghanima Petriviena



AKTIVITAS *SOCIAL MEDIA AND COMMUNITY INTERN* PT RENOS MARKETPLACE INDONESIA

Jea Ghanima Petriviena

ABSTRAK

Pesatnya pertumbuhan industri *e-commerce* Indonesia, khususnya dalam sektor *home & living*, sejalan dengan visi pemerintah mendorong Transformasi Ekonomi Digital. Kesempatan ini bertujuan untuk mengimplementasikan efektivitas teori-teori digital marketing dan *Content Marketing* yang telah dipelajari saat kuliah pada salah satu perusahaan di industri yang berkembang. Posisi yang dijalani sebagai *Social Media and Community Intern* dalam divisi *Brand Communication* bersifat ganda, mencakup pengelolaan konten organik *end-to-end* dan manajemen *Key Opinion Leader* (KOL) dalam *Home & Living Community* yang bertujuan untuk meningkatkan visibilitas dan *brand awareness*. Kerangka konseptual yang digunakan dalam laporan ini mencakup Model Perencanaan *framework* SOSTAC untuk analisis strategis, model AIDA untuk perancangan konten persuasif, dan konsep efektivitas KOL VisCAP. Setelah menjalani praktik kerja, didapatkan kesimpulan bahwa proses *Content Marketing* yang efektif harus bersifat inovatif dan terstruktur, di mana *briefing* dan *brainstorming* menjadi pusat kendali yang mengintegrasikan seluruh tahapan AIDA dan efektivitas *Framework* SOSTAC. Selain itu pemilihan *key opinion leader* harus lebih selektif dengan *trustworthiness* yang jelas, lalu perlu terus menginvestasi *relationship building* untuk mendukung anggotanya menjadi *brand advocate* loyal.

Kata kunci: *E-Commerce, Key Opinion Leader, Content Marketing, SOSTAC, AIDA*

PT RENOS MARKETPLACE INDONESIA SOCIAL MEDIA AND COMMUNITY INTERN ACTIVITIES

Jea Ghanima Petrivienna

ABSTRACT

The rapid growth of Indonesia's e-commerce industry, particularly within the home & living sector, aligning with the government's vision to accelerate Digital Economic Transformation. This opportunity aimed to implement and test the effectiveness of Digital Marketing and Content Marketing theories learned during university studies within a rapidly expanding industry. The role undertaken was Social Media and Community Intern within the Brand Communication division. This position is dual-natured, encompassing the end-to-end management of organic content and the handling of Key Opinion Leaders (KOLs) within the Home & Living Community to boost visibility and brand awareness. The conceptual framework utilized in this report includes the SOSTAC planning model for strategic analysis, the AIDA model for persuasive content design, and the VisCAP concept for KOL effectiveness. The internship concluded that effective Content Marketing must be both innovative and structured, with briefing and brainstorming sessions serving as the central control mechanism that fully integrates the AIDA stages and the SOSTAC framework's efficiency. Furthermore, success in community strategy requires highly selective towards picking a KOL based on clear trustworthiness and continued investment in relationship building to cultivate loyal brand advocates.

Keywords: *E-Commerce, Key Opinion Leader, Content Marketing, SOSTAC, AIDA*

DAFTAR ISI

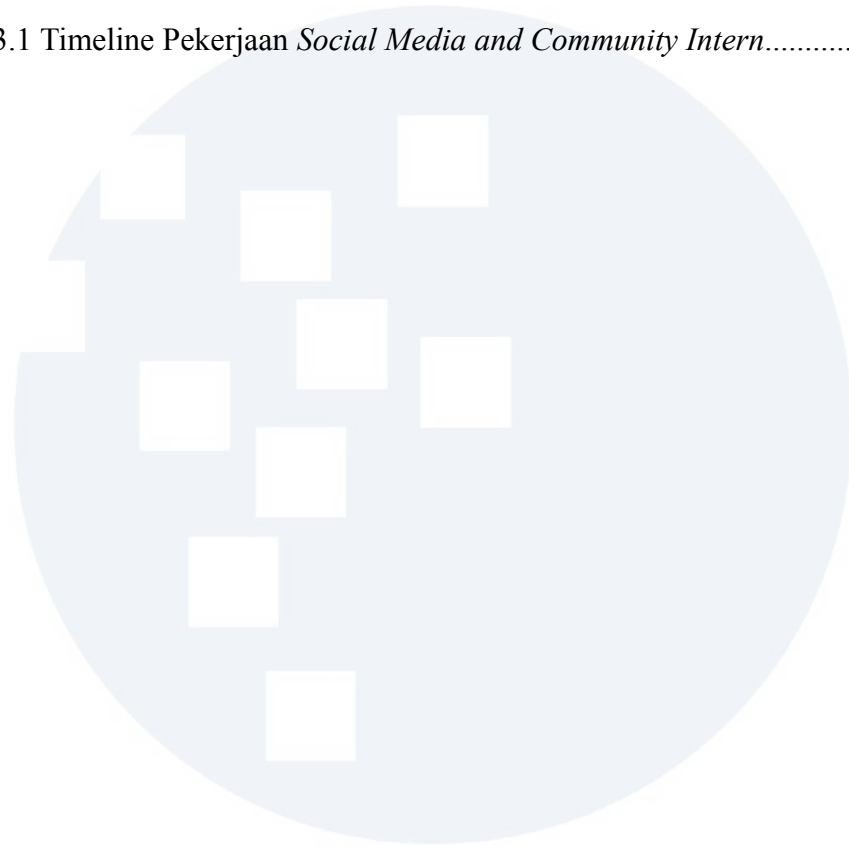
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang	7
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	7
BAB II	
GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI	10
2.1 Tentang PT Renos Marketplace Indonesia	10
2.1.1 Logo Perusahaan	10
2.1.2 Visi Misi PT Renos Marketplace Indonesia	12
2.1.3 Lokasi dan Kontak Perusahaan	12
2.2 Struktur Organisasi PT Renos Marketplace Indonesia	13
BAB III	
PELAKSANAAN KERJA MAGANG	16
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang	16
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang	18
3.2.2.1 Briefing & Brainstorming	20
3.2.2.2 Key Opinion Leader (KOL) Marketing	24
3.2.2.3 Pengelolaan Hometrend Renos	30
3.2.2.4 Tugas/ Pekerjaan Lainnya	32
3.2.2.4.1 Content Marketing	32
3.2.2.4.2 Event Management	42
3.2.2.4.3 Talent Konten	44
3.2.3 Kendala Utama	46
3.2.4 Solusi	47

BAB IV	
KESIMPULAN DAN SARAN	49
4.1 Kesimpulan	49
4.2.1 Saran untuk Perusahaan	50
4.2.2 Saran untuk Universitas	50
4.2.2 Saran untuk Mahasiswa	51
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN	55



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Timeline Pekerjaan <i>Social Media and Community Intern</i>	19
---	----



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Nilai Transaksi <i>E-Commerce</i> Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Survei Penggunaan <i>E-commerce</i> APJII.....	3
Gambar 2.1 Logo PT Renos Marketplace Indonesia.....	11
Gambar 2.2 Struktur Organisasi Renos Marketplace Indonesia.....	13
Gambar 2.3 Struktur Departemen <i>Commercial & Marketing</i>	14
Gambar 3.1 Alur Kerja <i>Social media and Community Intern</i>	16
Gambar 3.2 <i>Framework</i> SOSTAC Chaffey & Chadwick.....	21
Gambar 3.3 <i>Screenshot Chat Approach</i> KOL.....	28
Gambar 3.4 <i>Sheets Community Tracking</i> Renos.....	30
Gambar 3.5 Laman Hometrend Renos.....	31
Gambar 3.6 Hometrend <i>Post Tracking</i>	31
Gambar 3.7 <i>Sheets Content Plan & Social Media Tracking</i>	33
Gambar 3.8 Konten Instagram <i>Feed Engagement</i> Tertinggi Pemagang.....	38
Gambar 3.9 Konten <i>Reel Engagement</i> Tertinggi Pemagang.....	39
Gambar 3.10 Tiktok <i>Feed Engagement</i> Tertinggi Pemagang.....	40
Gambar 3.11 Tiktok <i>Video Engagement</i> Tertinggi Pemagang.....	41
Gambar 3.12 <i>Rundown Workshop Event Community</i>	42
Gambar 3.13 Pemagang Mendampingi Anggota Komunitas.....	43
Gambar 3.14 Pemagang Sebagai <i>Talent Konten</i>	45



DAFTAR LAMPIRAN

A. Surat Pengantar MBKM (KM-01).....	55
B. Kartu MBKM (KM-02).....	56
C. <i>Daily Task</i> Magang.....	57
D. Lembaran Verifikasi Laporan Magang (MBKM 04).....	58
E. Formulir Konsultasi Magang.....	59
F. Surat Penerimaan Magang.....	60
G. Hasil Karya Tugas.....	61
H. Dokumentasi Selama Magang.....	63
I. Hasil Turnitin.....	64
J. <i>Curriculum Vitae</i>	66

