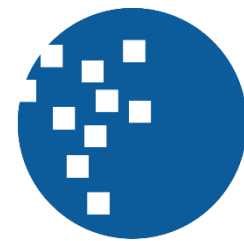


**PERAN SOSIAL MEDIA INTELLIGENCE DALAM DIVISI
MARKETING COMMUNICATION DI UNIVERSITAS
MULTIMEDIA NUSANTARA**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Fernandio Akbar Lubis

00000079844

Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang

2025

**PERAN SOSIAL MEDIA INTELLIGENCE DALAM DIVISI
MARKETING COMMUNICATION DI UNIVERSITAS
MULTIMEDIA NUSANTARA**



LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Fernandio Akbar Lubis

00000079844

Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Fernandio Akbar Lubis

Nomor Induk Mahasiswa : 00000079844

Program studi : Manajemen

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

PERAN SOSIAL MEDIA INTELLIGENCE DALAM DIVISI MARKETING COMMUNICATION DI UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

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, 8 Desember 2025



Fernandio Akbar Lubis

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul
**PERAN SOSIAL MEDIA INTELLIGENCE DALAM DIVISI
MARKETING COMMUNICATION DI UNIVERSITAS MULTIMEDIA
NUSANTARA**

Oleh

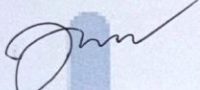
Nama : Fernandio Akbar Lubis
NIM : 00000079844
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Senin, 12 Januari 2026
Pukul 09.00 s/d 10.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing

Penguji


Ika Yanuarti, S.E., M.S.F., Ph.D
NIDN:0708017601


Elissa Dwi Lestari, S.Sos., M.S.M.
NIDN:0306088501

Ketua Program Studi Manajemen


Purnamaningsih, S.E., M.S.M., CBO.
NIDN:0323047801

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan MBKM dengan judul

**PERAN SOSIAL MEDIA INTELLIGENCE DALAM DIVISI
MARKETING COMMUNICATION DI UNIVERSITAS MULTIMEDIA
NUSANTARA**

Oleh

Nama : Fernandio Akbar Lubis

NIM : 00000079844

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada sidang

Laporan Magang Prostep Track 1

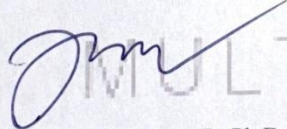
Program Studi Manajemen

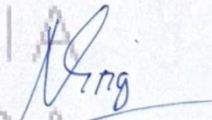
Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 8 Desember 2025

Pembimbing

Ketua Program Studi Manajemen


Ika Yanuarti, S.E., M.S.F., Ph.D
NIDN: 0708017601


Purnamaningsih, S.E., M.S.M., CBO.
NIDN: 0323047801

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Fernandio Akbar Lubis

Nomor Induk Mahasiswa : 00000079844

Program Studi : Manajemen

Jenjang : Sarjana (S1)

Jenis Karya : Laporan MBKM

Judul Karya Ilmiah : Peran Sosial Media Intelligence Dalam Divisi Marketing Communication Di Universitas Multimedia Nusantara

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, 12 Januari 2026



(Fernandio Akbar Lubis)

* Pilih salah satu opsi tanpa harus menghapus opsi yang tidak dipilih

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

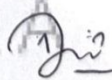
KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan ini dengan judul: **"PERAN SOSIAL MEDIA INTELLIGENCE DALAM DIVISI MARKETING COMMUNICATION DI UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA"** dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Jurusan Manajemen Pada Bisnis 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. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ibu Prof. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., CBO., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Dr. Ika Yanuarti, S.E., M.S.F., Ph.D, sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Kak Angelique Cahya M.A., S.M, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Kepada Departemen Marketing Communication UMN yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan kerja magang.
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.

Semoga karya ilmiah ini bukan hanya sebagai dokumentasi semata, tetapi juga menjadi salah satu kontribusi nyata akan semangat dan motivasi bagi mahasiswa dan mahasiswi yang ingin magang di masa depan.

Tangerang, 8 Desember 2025


Fernandio Akbar Lubis

PERAN SOSIAL MEDIA INTELLIGENCE DALAM DIVISI MARKETING COMMUNICATION DI UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Fernandio Akbar Lubis

ABSTRAK

Divisi Marcomm UMN berperan penting dalam mengelola strategi promosi digital, konten sosial media, event, dan hubungan publik untuk memperkuat citra kampus di mata konsumen. Strukturnya dipimpin oleh Marcomm Manager yang mengawasi sub-divisi Digital Marketing, social media, Public Relations, Promotion Production, dan Creative Production. Tujuan magang penulis adalah mengaplikasikan teori pemasaran ke praktek langsung, mempelajari proses kerja nyata, serta mengasah profesionalitas diri. Sebagai Social Media Intelligence Intern penulis bertanggung jawab untuk memantau Instagram dan Tiktok para pesaing utama, pendataan spreadsheet secara harian, serta menyusun laporan bulanan. Kendala utama yang penulis alami adalah jaringan Wi-Fi yang lambat, sehingga mengganggu pengambilan data real-time. Solusinya adalah dengan menggunakan kuota internet ponsel dan hotspot, serta manajemen waktu yang padat. Penulis juga mendapatkan wawasan dan juga pengalaman di industri pemasaran digital untuk karir di masa depan.

Kata kunci: Marcomm UMN, Social Media Intelligence, jaringan Wi-fi, pemasaran digital

THE ROLE OF SOCIAL MEDIA INTELLIGENCE IN MARKETING COMMUNICATION DIVISION AT MULTIMEDIA NUSANTARA UNIVERSITY

Fernandio Akbar Lubis

ABSTRACT (English)

UMN's Marcomm Division serves an essential part in managing digital promotion strategies, social media content, events, and public relations to strengthen the university's image in the eyes of consumers. The structure is led by the Marcomm Manager, who oversees the Digital Marketing, social media, Public Relations, Promotion Production, and Creative Production sub-divisions. The author's internship goals are to apply marketing theory to practical application, learn real-world work processes, and hone their professionalism. As a Social Media Intelligence Intern, the author is responsible for monitoring the Instagram and TikTok accounts of major competitors, daily spreadsheet data entry, and compiling monthly reports. The main obstacle the author experienced was slow Wi-Fi, which disrupted real-time data acquisition. The solution is to use mobile internet data and hotspots, as well as strict time management. The author also gained insights and experience in the digital marketing industry for their future career.

Keywords: *UMN's Marcomm, Social Media Intelligence, digital marketing, Wi-fi*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	1
HALAMAN PENGESAHAN.....	2
HALAMAN PERSETUJUAN	3
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	4
KATA PENGANTAR.....	5
ABSTRAK	6
<i>ABSTRACT (English)</i>	7
DAFTAR TABEL	10
DAFTAR GAMBAR.....	11
DAFTAR LAMPIRAN	12
BAB I PENDAHULUAN.....	13
1.1. Latar Belakang.....	13
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....	4
1.2.1 Maksud Kerja Magang	4
1.2.2 Tujuan Kerja Magang.....	5
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	6
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang.....	6
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	6
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	19
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	19
2.2 Visi Misi Perusahaan	9
2.3 Struktur Organisasi Perusahaan	10
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	13

3.1	Kedudukan dan Koordinasi	13
3.1.1	Kedudukan Pelaksanaan Kerja Magang	13
3.1.2	Koordinasi Pelaksanaan Kerja Magang	14
3.2	Tugas dan Uraian Kerja Magang	15
3.2.1	Tugas Kerja Magang.....	15
3.2.2	Uraian Kerja Magang.....	16
3.3	Kendala yang Ditemukan	40
3.4	Solusi atas Kendala yang Ditemukan	42
BAB IV	SIMPULAN DAN SARAN	45
4.1	Simpulan	45
4.2	Saran	46
DAFTAR PUSTAKA		48
LAMPIRAN		50

UMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan.....	20
Tabel 2 Kerja Magang.....	27



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia pada Tahun 2024...	12
Gambar 2 Logo UMN.....	19
Gambar 3 Struktur Divisi Marketing Communication UMN.....	21
Gambar 4 Alur Divisi.....	25
Gambar 5 Proses Koordinasi Pelaksanaan Kerja Magang.....	26
Gambar 6 Proses Briefing.....	29
Gambar 7 Proses Pengecekan Akun Instagram dan Tiktok Binus para Kompetitor.....	30
Gambar 8 Pengamatan Postingan Instagram dan Tiktok para Kompetitor.....	31
Gambar 9 Spreadsheet Data Instagram para Kompetitor.....	32
Gambar 10 Spreadsheet Data _Tiktok _ para Kompetitor.....	32
Gambar 11 Pelaporan kepada Manager.....	33
Gambar 12 Tampilan edit video wisuda di aplikasi Capcut.....	34
Gambar 13 Tampilan Postingan Wisuda XXIX di Story Instagram UMN.....	35
Gambar 14 Tampilan Edit Video Seminar Kuliah Tamu di Aplikasi Capcut.....	36
Gambar 16 Tampilan Edit Video Screening MIP Awards di Aplikasi Capcut.....	37
Gambar 17 Tampilan Postingan Screning MIP Awards di Reels Instagram UMN.....	38
Gambar 18 Tampilan Postingan Career Day UMN 2025 di Reels Instagram UMN.....	39
Gambar 19 Website yang gagal diakses akibat koneksi Wi-fi yang terganggu.....	40
Gambar 12 Website yang gagal diakses akibat koneksi Wi-fi yang terganggu.....	41
Gambar 19 Contoh Video tutorial untuk pengguna Capcut di Youtube.....	42
Gambar 21 Tampilan Wi-fi yang tersambung menggunakan hotspot ponsel.....	43

DAFTAR LAMPIRAN

A. Surat Pengantar MBKM (MBKM 01)	50
B. Kartu MBKM (MBKM 02)	51
C. Daily Task Kewirausahaan (MBKM 03)	52
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04)	60
E. Lampiran Turnitin.....	61

