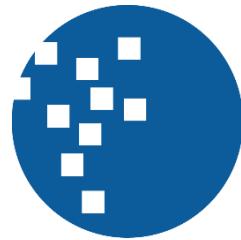


**AKTIVITAS *DIGITAL MARKETING* DAN PENGELOLAAN
KONTEN MEDIA SOSIAL KLIEN DI PT TAN CREATIVE JAYA**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

Fara Diva Sthen Hielda

000000129111

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

2026

**AKTIVITAS *DIGITAL MARKETING* DAN PENGELOLAAN
KONTEN MEDIA SOSIAL KLIEN DI PT TAN CREATIVE JAYA**



LAPORAN MAGANG

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Fara Diva Sthen Hielda

000000129111

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA
PROGRAM STUDI PJJ ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2026

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Fara Diva Sthen Hielda

Nomor Induk Mahasiswa 000000129111

Program Studi : PJJ Ilmu Komunikasi

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Laporan Magang saya yang berjudul:
“Aktivitas *Digital Marketing* dan Pengelolaan Konten Klien di PT Tan Creative Jaya”
Merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis 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 karya tulis ilmiah, saya bersedia menerima
konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.

Tangerang, 30 Desember, 2025



(Fara Diva Sthen Hielda)

HALAMAN PERNYATAAN KEABSAHAN PERUSAHAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fara Diva Sthen Hielda
NIM : 000000129111
Program Studi : PJJ Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

menyatakan bahwa saya melaksanakan kegiatan di:

Nama Perusahaan/Organisasi : PT Tan Creative Jaya
Alamat : Monaco Village, Gading Serpong, Tangerang
Email Perusahaan/Organisasi : tancreativeagency@gmail.com

1. Perusahaan/Organisasi tempat saya melakukan kegiatan dapat divalidasi keberadaannya.
2. Jika dikemudian hari, terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan data yang tidak valid di perusahaan/organisasi tempat saya melakukan kegiatan, maka:
 - a. Saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.
 - b. Saya bersedia menerima semua sanksi yang berlaku sebagaimana ditetapkan dalam peraturan yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan digunakan sebagaimana mestinya.

Tangerang, 31 Desember, 2025

Mengetahui



(Fidha Maidina)

Menyatakan



(Fara Diva Sthen Hielda)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul

AKTIVITAS DIGITAL MARKETING DAN PENGELOLAAN KONTEN MEDIA SOSIAL KLIEN DI PT TAN CREATIVE JAYA

Oleh

Nama : Fara Diva Sthen Hielda

NIM : 000000129111

Program Studi : PJJ Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 19 Januari 2026

Pukul 13.00 WIB s/d 14.00 WIB dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Mujiono, S.Ilkom., M.I.Kom

NIDN 0315108802

Penguji

Nicky Stephani, S.Sos, M.Si.

NIDN 0405099105

Pembimbing

Mujiono, S.Ilkom., M.I.Kom

NIDN 0315108802

Ketua Program Studi PJJ Ilmu Komunikasi

Helga Liliani Cakra Dewi, S.I.Kom., M.Comm

NIDN 0317089201

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fara Diva Sthen Hielda
NIM : 000000129111
Program Studi : PJJ Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : AKTIVITAS *DIGITAL MARKETING*
DAN PENGELOLAAN KONTEN MEDIA SOSIAL
KLIEN DI PT TAN CREATIVE JAYA

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam *repository 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 *repository 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, 31 Desember, 2025



(Fara Diva Sthen Hielda)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, penyertaan, serta hikmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan yang berjudul “Strategi *Digital Marketing Agency* Dalam Meningkatkan *Brand Awareness*: Studi Kasus PT Tan Creative Jaya” dengan baik dan lancar. Penyusunan laporan ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

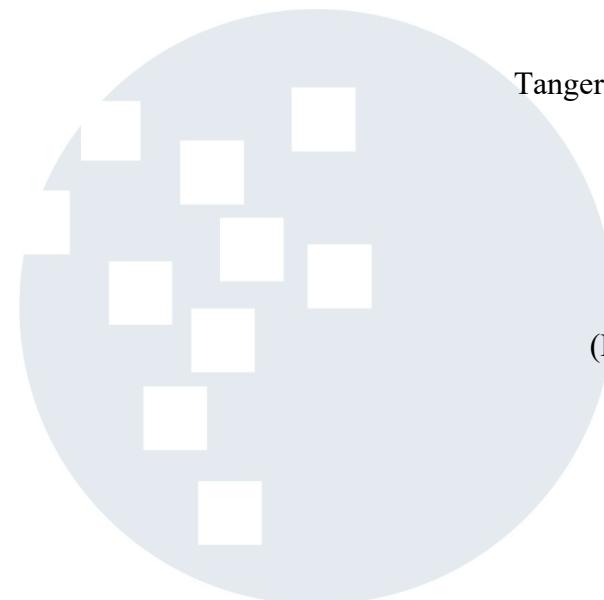
1. Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Rismi Juliadi, ST., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Helga Liliani Cakra Dewi, S.I.Kom., M.Comm., selaku Ketua Program Studi PJJ Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Mujiono, S.Ikom., M.I.Kom, selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya laporan ini.
5. Seluruh dosen Program Studi PJJ Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara yang telah memberikan ilmu-ilmu selama penulis menjalani Pendidikan di PJJ Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini.
7. Jajaran direksi serta karyawan PT Tan Creative Jaya yang telah memberikan saya kesempatan untuk bisa magang dan berkontribusi di perusahaannya.
8. Lidya Himawan Hadi, sepupu saya yang sudah membantu serta membimbing saya dalam proses pembuatan skripsi ini.
9. Piet Cintya Mawar, sahabat saya yang sudah membantu serta membimbing saya dalam proses skripsi ini.
10. Ririh Welas, sahabat saya yang sudah membantu saya dalam proses pembuatan skripsi ini.

Semoga karya ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, baik di bidang akademik maupun praktis, khususnya dalam pengembangan strategi pemasaran digital berbasis media sosial.

Tangerang, 31 Desember, 2025



(Fara Diva Sthen Hielda)



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

AKTIVITAS *DIGITAL MARKETING* DAN PENGELOLAAN KONTEN MEDIA SOSIAL KLIEN DI PT TAN CREATIVE JAYA

(Fara Diva Sthen Hielda)

ABSTRAK

Laporan ini berisi tentang apa yang penulis dapat selama magang di Perusahaan PT Tan Creative Jaya. Perusahaan ini merupakan agensi kreatif yang berfokus di pemasaran digital, khususnya pada pengelolaan konten media sosial dan seni manajemen komunikasi digital untuk klien yang berasal dari beraneka macam sektor industri. Selama masa magang, penulis mengalami banyak tantangan, diantaranya menentukan skala prioritas saat memiliki banyak klien, memastikan pekerjaan tetap berkualitas, dan menyelesaikan tugas tepat waktu. Untuk mengatasi rintangan tersebut, penulis melakukan perencanaan kerja yang tetap terorganisir, seperti menggunakan kalender konten untuk pekerjaan penulis, juga melakukan diskusi dengan tim dan atasan dengan tujuan menghindari adanya miskomunikasi. Dari kegiatan magang ini, banyak sekali pelajarannya yang sangat bermanfaat bagi penulis, seperti bagaimana pemasaran digital, bagaimana cara membuat rencana media sosial untuk mengembangkan suatu merek, dan cara melihat sebuah performa konten. Hal tersebut membuat keterampilan komunikasi penulis meningkat dengan pesat, tau bagaimana cara mengatur waktu, dapat melakukan pekerjaan tim dengan baik, dan menggunakan alat digital dalam membantu pemasaran.

Kata kunci: *Digital Marketing*, Manajemen Konten, Media Sosial, Strategi *Branding*, Analitik Digital

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DIGITAL MARKETING ACTIVITIES AND CLIENT SOCIAL MEDIA CONTENT MANAGEMENT AT PT TAN CREATIVE JAYA

(Fara Diva Sthen Hielda)

ABSTRACT

This report describes the author's experiences during his internship at PT Tan Creative Jaya. This company is a creative agency focused on digital marketing, specifically social media content management and digital communication management for clients from various industrial sectors. During the internship, the author encountered many challenges, including determining priorities when having many clients, ensuring work quality, and completing assignments on time. To overcome these obstacles, the author maintained an organized work plan, such as using a content calendar for his work, and holding discussions with his team and superiors to avoid miscommunication. From this internship, the author learned many lessons, such as how to do digital marketing, how to create a social media plan to develop a brand, and how to monitor content performance. This has significantly improved the author's communication skills, helped him manage his time, worked well in a team, and used digital tools to support marketing.

Keywords: Digital Marketing, Content Management, Social Media, Branding Strategy,
Digital Analytics

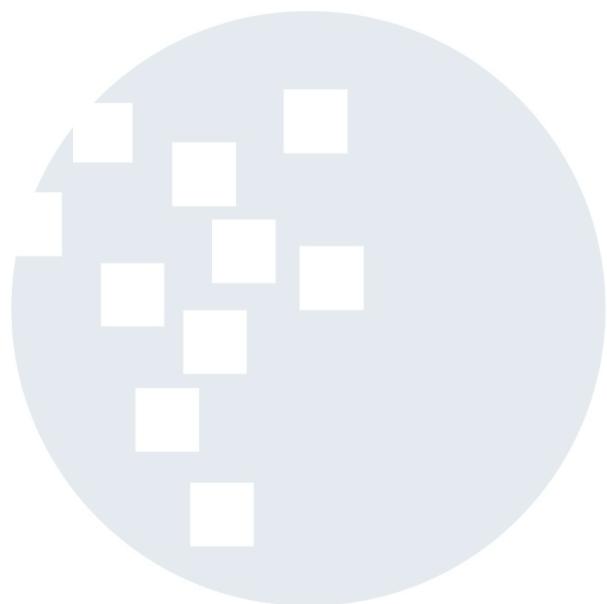


DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEABSAHAN PERUSAHAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
<i>(ABSTRACT)</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang	1
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	1
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	2
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	2
2.1.1 Visi Misi Perusahaan	2
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	2
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	4
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	4
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	4
3.3 Kendala yang Ditemukan	5
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	5
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	6
4.1 Simpulan	6
4.2 Saran	6
DAFTAR PUSTAKA	xiii
LAMPIRAN	xiv

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Informasi Singkat Tempat Kegiatan Magang.	7
Tabel 3.1 Tabel Kerja Magang.....	15



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pertumbuhan Penggunaan Internet.....	2
Gambar 1.2 Grafik Waktu Penggunaan Media Sosial di Indonesia.....	3
Gambar 2.1 Logo PT Tan Creative Jaya.....	12
Gambar 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	12
Gambar 2.3 Struktur Organisasi Internal Divisi <i>Digital Marketing</i>.....	13
Gambar 3.1 <i>Daily Workflow</i>.....	15
Gambar 3.1 Proses <i>brainstorming</i> tim <i>digital marketing</i>.....	17
Gambar 3.2 Proses Produksi Konten Klien Yooz.....	21
Gambar 3.3 <i>Reporting</i> Mingguan Instagram Yooz.....	27
Gambar 3.4 <i>Ads Reporting</i> Klien Yooz.....	30

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

A. Surat Pengantar MBKM - MBKM 01	28
B. Kartu MBKM - MBKM 02	29
C. Daily Task MBKM - MBKM 03	30
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM - MBKM 04	31
E. Surat Penerimaan MBKM (LoA).....	32
F. Lampiran Pengecekan Hasil Simmilarity & AI Turnitin	33
G. Semua hasil karya tugas yang dilakukan selama MBKM	

