

**AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MARKETING INTERN PADA
PEMASARAN PRODUK PT. AICA INDRIA**



LAPORAN MBKM

SYERIEL RENATA

00000068915

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

**AKTIVITAS SOCIAL MEDIA MARKETING INTERN PADA
PEMASARAN PRODUK PT AICA INDRIA**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

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

SYERIEL RENATA

00000068915

PROGRAM STUDI STRATEGIC COMMUNICATION

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Syeriel Renata

Nomor Induk Mahasiswa : 00000068915

Program studi : Strategic Communication

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

AKTIVITAS *SOCIAL MEDIA MARKETING INTERN* PADA PEMASARAN PRODUK PT. AICA INDRIA

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, 15 Januari 2026



(Syeriel Renata)

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan MBKM dengan judul
**AKTIVITAS *SOCIAL MEDIA MARKETING* INTERN PADA PEMASARAN
PRODUK PT. AICA INDRIA**

Oleh

Nama : Syeriel Renata
NIM : 00000068915
Program Studi : Strategic Communications
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Magang Universitas Multimedia Nusantara
Tangerang, 18 December 2025

Pembimbing



Dr. Kristina Nurhayati, M.I Kom

NIDN 0319018506

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.

NIDN 030407840

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul
**AKTIVITAS *SOCIAL MEDIA MARKETING* INTERN PADA PEMASARAN
PRODUK PT. AICA INDRIA**

Oleh

Nama : Syeriel Renata
NIM : 00000068915
Program Studi : Strategic Communications
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 15 Januari 2026

Pukul 11.00 s/d 12.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing



Dr. Kristina Nurhayati, M.I. Kom

NIDN 0319018506

Penguji



Riatun, S.Sos., M.I.Kom.

NIDN 0302077803

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

 Digitally signed
by Cendera Rizky
Anugrah Bangun
Date: 2026.01.22
15:14:12 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.

NIDN 030407840

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Syeriel Renata

Nomor Induk Mahasiswa : 00000068915

Program Studi : Strategic Communications

Jenjang : S1

Jenis Karya : Laporan MBKM

Judul Karya Ilmiah : Aktivitas Social Media Marketing Intern pada

Pemasaran Produk PT. Aica Indria

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, 19 Desember 2025



Syeriel Renata

* 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 magang ini dengan judul:

**AKTIVITAS *SOCIAL MEDIA MARKETING INTERN* PADA PEMASARAN
PRODUK PT. AICA INDRIA**

Laporan ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar S.Ikom Jurusan *Strategic Communication*, Pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya memahami bahwasanya penyelesaian tugas akhir ini tidak akan mungkin tercapai tanpa dukungan serta arahan dari banyak pihak, baik selama masa studi hingga proses penulisan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc., Ph.D selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si, selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Dr. Kristina Nurhayati, M.I.Kom, sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Pak Arya, Pak Ian, dan Pak Edo sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat serta bisa menjadi sumber informasi teruntuk para pembaca, terkhusus mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 19 Desember 2025



Syeriel Renata

AKTIVITAS *SOCIAL MEDIA MARKETING* INTERN PADA PEMASARAN PRODUK PT. AICA INDRIA

Syeriel Renata

ABSTRAK

Program Magang MBKM Track 1 merupakan kegiatan akademik yang wajib untuk dijalankan sebagai salah satu syarat kelulusan di Universitas Multimedia Nusantara. Program kerja magang berperan penting sebagai persiapan mahasiswa sebelum terjun ke dunia kerja yang professional. Oleh karena itu, penulis memutuskan untuk melakukan program Magang MBKM di Pt. Aica Indria sebagai tempat penulis untuk mengembangkan pengetahuan baru selama 640 jam. Alasan penulis memilih untuk bekerja di PT. Aica Indria didasari oleh reputasi perusahaan dalam industri perekat yang sudah dikenal baik dan tertarik dengan komitmen perusahaan dalam menerapkan strategi digital marketing untuk membangun branding dan melakukan promosi. Selama kegiatan magang berlangsung, penulis belajar dalam proses pembuatan konten untuk produk-produk Aica Indria, cara untuk membuat kampanye digital yang menarik, dan belajar mengelola interaksi dengan audiens. Dalam pelaksanaannya, penulis mengalami beberapa kendala seperti kurangnya engagement yang didapat dari audiens dan kesulitan dalam mengolah sebuah produk perekat menjadi konten yang menarik dan informatif. Akan tetapi, kendala dapat terlewati dan pekerjaan dapat terselesaikan dengan baik dikarenakan koordinasi yang rutin dengan tim internal dari PT Aica Indria yang selalu siap membantu jika penulis mengalami kesulitan. Penulis belajar banyak tentang bagaimana cara membuat posting yang engaging untuk memarketkan sebuah produk di sosial media yang tidak didapatkan di perkuliahan.

Kata kunci: *social media marketing*, konten, *branding*

SOCIAL MEDIA MARKETING INTERN ACTIVITIES IN PRODUCT MARKETING AT PT. AICA INDRIA

Syeriel Renata

ABSTRACT

MBKM Track I Internship Program is a mandatory academic activity that must be completed as one of the graduation requirements at Multimedia Nusantara University. This internship program plays an important role in preparing students before they enter the professional world. Therefore, author decided to undertake the MBKM Internship Program at PT. Aica Indria as a place to develop new knowledge for 640 hours. Author chose to work at PT. Aica Indria because of the company's reputation in the adhesive industry and interest in its commitment to implementing digital marketing strategies to build branding and promote its products. During the internship, author learned how to create content for Aica Indria products, how to create attractive digital campaigns, and how to manages interactions with audiences. In practice, author encountered several obstacles, such as lack of engagement from the audience and difficulty in turning an adhesive product into interesting and informative content. However, these obstacles were overcome and the work was completed successfully thanks to regular coordination with the internal team at PT. Aica Indria, who were always ready to help when author encountered difficulties. Author learned a lot about how to create engaging posts to market a product in social media, which was not covered in lectures.

Keywords: *social media marketing, content, branding*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....	6
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	7
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang.....	7
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	8
BAB II	
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	11
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	11
2.1.1 Business Model Canva.....	12
2.1.2 Analisis SWOT.....	15
2.1.3 Visi Misi.....	19
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	21
BAB III	
PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....	24
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	24
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	25
3.2.1 Tugas Kerja Magang.....	25
3.2.2 Uraian Kerja Magang.....	32
3.3 Kendala yang Ditemukan.....	59
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	62
BAB IV	
SIMPULAN DAN SARAN.....	66

4.1 Simpulan.....	66
4.2 Saran.....	67
4.2.1 Saran untuk Perusahaan.....	67
4.2.2 Saran untuk Universitas.....	69
4.2.3 Mahasiswa yang akan magang.....	70
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN.....	72

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Analisis SWOT PT. Aica Indria.....	17
Tabel 2.2 Matriks SWOT PT. Aica Indria.....	18
Tabel 3.1 Tugas Kerja Magang.....	27
Tabel 3.2 Waktu Kerja Magang.....	32

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Penggunaan Media Sosial di Dunia 2025.....	2
Gambar 1.2	Negara Pengguna Sosial Media Terbanyak.....	3
Gambar 2.1	Logo PT. Aica Indria.....	11
Gambar 2.2	Business Model Canvas PT. Aica Indria.....	14
Gambar 2.3	Diagram Analisis SWOT.....	15
Gambar 2.4	Struktur Organisasi PT. Aica Indria.....	23
Gambar 3.1	Alur Kerja PT. Aica Indria.....	25
Gambar 3.2	Konten Edukasi Produk.....	38
Gambar 3.3	Konten Edukatif Keamanan dan Perlindungan Konsumen.....	38
Gambar 3.4	Konten Interaktif.....	39
Gambar 3.5	Caption Konten Produk Lem Fox.....	41
Gambar 3.6	Business Content Calender.....	47
Gambar 3.7	Tangkapan Layar Respons Pelayanan Informasi Lokasi Distributor Resmi.....	54
Gambar 3.8	Tangkapan Layar Respons Pelayanan Informasi Mengedukasi Konsumen.....	56
Gambar 3.9	Tangkapan Layar Interactions di Instagram PT. Aica Indria.....	59
Gambar 3.10	Ta	

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Nama Lampiran.....	72
A. Surat Pengantar MBKM (MBKM 01).....	73
B. Kartu MBKM (MBKM 02).....	74
C. Daily Task Kewirausahaan (MBKM 03).....	75
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04).....	87
E. Surat Penerimaan MBKM (LoA).....	88
F. Lampiran pengecekan hasil Turnitin.....	89
G. Semua hasil karya tugas yang dilakukan selama MBKM.....	95