

**STRATEGI CONTENT MARKETING TIM MEDIA
SOSIAL UMN**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Memey Travesia Serafika Marjen

00000078613

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

STRATEGI CONTENT MARKETING TIM MEDIA SOSIAL UMN



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Memey Travesia Serafika Marjen

00000078613

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Memey Travesia Serafika Marjen

Nomor Induk Mahasiswa : 00000078613

Program studi : Manajemen

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

STRATEGI CONTENT MARKETING TIM MEDIA SOSIAL UMN

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, 12 Desember 2025



(Memey Travesia Serafika Marjen)

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN

Internship Report dengan judul
"Strategi Content Marketing Tim Media Sosial UMN"

oleh

Nama Lengkap : Memey Travesia Serafika Marjen

NIM : 00000078613

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian PRO-STEP Career Acceleration Program Track 1 Internship Report
Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 08 Desember 2025
Menyetujui,

Dosen Pembimbing



Dr. Febri Nila Chrisanty, S.E., M.M.

0307027602

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O.

0323047801



HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul
STRATEGI CONTENT MARKETING TIM MEDIA SOSIAL UMN

Oleh
Nama : Merney Travesia Serafika Marjen
NIM : 00000078613
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Jumat, 12 Desember 2025
Pukul 13.00 s/d 14.30 dan dinyatakan
LULUS

Pembimbing

Dr. Febri Nila Chrisanty S.E., M.M.
307027602

Penguji

Dr. Hendro Budiyanto, S.Pd, M.M., CHRA.,
0315107502

UMN
UNIVERSITA
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Ketua Program Studi Manajemen

Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O.
0323047801

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Memey Travesia Serafika Marjen
NIM : 00000078613
Program Studi : Manajemen
Judul Laporan : Strategy Content Marketing Tim Media Sosial UMN

Dengan ini saya menyatakan secara jujur menggunakan bantuan Kecerdasan Artifisial (AI) dalam pengerjaan ~~Tugas/Laporan/Project/Tugas Akhir~~* (pilih salah satu) sebagai berikut (beri tanda centang yang sesuai):

Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu dalam menghasilkan ide-ide utama saja

Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu menghasilkan teks pertama saja

Menggunakan AI untuk menyempurnakan sintaksis dan tata bahasa untuk pengumpulan tugas

Karena tidak diizinkan: Tidak menggunakan bantuan AI dengan cara apa pun dalam pembuatan tugas

Saya juga menyatakan bahwa:

- (1) Menyerahkan secara lengkap dan jujur penggunaan perangkat AI yang diperlukan dalam tugas melalui Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan Artifisial (AI)
- (2) Mengakui telah menggunakan bantuan AI dalam tugas saya baik dalam bentuk kata, paraphrase, penyertaan ide atau fakta penting yang disarankan oleh AI dan saya telah mencantumkan dalam sitasi serta referensi
- (3) Terlepas dari pernyataan di atas, tugas ini sepenuhnya merupakan karya saya sendiri

Tangerang, 8 Desember 2025



Memey Travesia Serafika Marjen

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

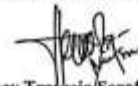
Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Memey Travesia Serafika Marjen
Nomor Induk Mahasiswa : 00000078613
Program Studi : Manajemen
Jenjang : S1
Jenis Karya : Laporan MBKM
Judul Karya Ilmiah : Strategy Content Marketing Tim Media Sosial UMN

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, 8 Desember 2025



(Memey Travesia Serafika Marjen)

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

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

KATA PENGANTAR

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan magang ini dengan judul: Strategi Content Marketing Tim Media Sosial UMN dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Strata I 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. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., Ph.D, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Prio Utomo, S.T, MPC, selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Purnamaningsih, S.E., M.S.M, selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Dr. Febri Nila Chrisanty S.E., M.M, sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Angelique Cahya M. A., S.M, 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 laporan MBKM ini.

Tangerang, 8 Desember 2025



(Memey Travesia Serafika Marjen)

STRATEGI CONTENT MARKETING TIM MEDIA SOSIAL UMN

(Memey Travesia Serafika Marjen)

ABSTRAK

Laporan magang ini membahas pelaksanaan kegiatan magang di Tim Media Sosial Universitas Multimedia Nusantara (UMN) dalam Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM). Kegiatan magang meliputi editing konten media sosial, produksi konten promosi, kegiatan liputan, analisis performa konten, serta keterlibatan sebagai talent dalam beberapa konten media sosial UMN.

Pelaksanaan magang bertujuan untuk mengimplementasikan teori marketing, perilaku konsumen, dan digital marketing ke dalam praktik kerja nyata. Hasil dari kegiatan magang menunjukkan adanya peningkatan pemahaman terhadap proses kerja media sosial institusi, kemampuan teknis editing konten, serta pemahaman mengenai perencanaan dan evaluasi konten digital. Selain itu, magang ini memberikan gambaran mengenai dinamika lingkungan kerja profesional dan penerapan komunikasi kerja dalam tim.

Kata kunci: magang, media sosial, digital marketing, konten, MBKM

CONTENT MARKETING STRATEGY OF UMN SOCIAL MEDIA TEAM

(Memey Travesia Serafika Marjen)

ABSTRACT (English)

This internship report discusses the implementation of an internship program at the Social Media Team of Universitas Multimedia Nusantara (UMN) under the Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) program. The internship activities include social media content editing, promotional content production, event coverage, content performance analysis, and participation as a talent in several UMN social media contents.

The internship aims to implement marketing, consumer behavior, and digital marketing theories into professional practice. The results indicate improved understanding of institutional social media workflows, technical content editing skills, and content planning and evaluation processes. In addition, the internship provides insight into professional work dynamics and team-based communication.

Keywords: *internship, social media, digital marketing, content, MBKM*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT (English)</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
Tabel 2.1 Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
Gambar 1.1.1 Create Value for customers and build customer relationships.	xvi
Gambar 2.2 Struktur Organisasi Departemen Marketing Communication UMN.....	xvi
Gambar 3.1. Alur kerja Mahasiswa Magang	xvi
Gambar 3.3. Liputan Showcase business.....	xvi
Gambar 3.2. Liputan Dining etiquette for young	xvi
Gambar 3.3. Liputan Showcase business.....	xvi
Gambar 3.4. Liputan Open House, UMN	xvi
Gambar 3.5. Liputan Prototype Day DKV	xvi
Gambar 3.6. Liputan Penanaman Pohon.....	xvi
Gambar 3.7. Liputan Wisuda, Oktober	xvi
Gambar 3.8.Liputan Class Make up Industrial, perfilman	xvi
Gambar 3.9. Liputan Bisa Sinema Visit, event Perfilman.....	xvi
Gambar 3.10. Liputan Kunjungan Industri, Home Credit Indonesia	xvi
Gambar 3.11. Liputan Kunjungan Industri, Time International.....	xvi
Gambar 3.12. Liputan Kunjungan Industr, Grand Indonesia	xvi
Gambar 3.13. Liputan Pameran Architecture	xvi
Gambar 3.14. Liputan Geem 2025 Day 2	xvi
Gambar 3.15 Editing content CIC, Sosial Media UMN	xvi

Gambar 3.16 Editing Content, distribusi Film, Podcast exploreUMN	xvi
Gambar 3.17 Editing Content Podcast UMN, Alumni Junralistik	xvi
Gambar 3.18.Editing Content Kami Fest, Wawancara Alumni	xvi
Gambar 3.19. Editing Content, Rating After UAS Content FUN	xvi
Gambar 3.20. Editing Content, Podcast Explore Kantor Alumni UMN	xvi
Gambar 3.21. Editing Content & Wawancara Dosen Perhotelan	xvi
Gambar 3.22. Talent untuk konten Promo Open House	xvi
Gambar 3.23. Menjadi Talent untuk konten Explore UMN	xvi
Gambar 3.24. Menjadi Talent untuk Konten Explore UMN.....	xvi
Gambar 3.25. Menjadi talent untuk konten fun	xvi
Gambar 3.26. Menjadi talent untuk konten fun	xvi
Gambar 3.27. Menjadi Talent untuk konten event Open House	xvi
Gambar 3.28. Menjadi talent konten fun	xvi
Gambar 3.29 Menjadi Talent untuk akun pmb.umn	xvi
Gambar 3.30. talent untuk konten fun.....	xvi
Gambar 3.31. talent untuk akun pmb.umn	xvi
Gambar 3.32. Content Plan Tiktok okt	xvii
Gambar 3.33. Reminder Content, Timetree	xvii
Gambar 3.34. Interview Mahasiswa DKV	xvii
Gambar 3.35. Interview Mahasiswa Architecture.....	xvii
Gambar 3.36. Overview Postingan editing view tertinggi	xvii
Gambar 3.37. Views Postingan editing view tertinggi.....	xvii
Gambar 3.38 Retention postingan editing paling tinggi	xvii
Gambar 3.38 Interactions Postingan editing paling tinggi	xvii
BAB 1	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.1.1. Marketing	1
1.1.2. Consumer Digital Behaviour.....	3
1.1.3. Digital Marketing	4

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....	5
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	6
1.3.1. Rincian Pelaksanaan Magang:.....	6
BAB II.....	7
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	7
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	7
2.1.1. Visi Misi.....	13
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	13
BAB III.....	17
PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....	17
3.1 Kedudukan dan Kordinasi.....	17
3.2. Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	17
3.2.1. Liputan.....	18
3.2.2. Editing Content	24
3.2.3. Talent.....	28
3.2.4. Perencanaan Konten atau Content Plan.....	33
3.2.5. Interview	34
3.2.5. Analisis Performa Konten	35
3.3. Kendala yang di temukan.....	39
Kendala Internal (Faktor Diri Sendiri).....	39
Kendala Eksternal (Lingkungan Magang)	39
3.4. Solusi atas Kendala yang Ditemukan	40
Solusi atas Kendala Internal	40
Solusi atas Kendala Eksternal	40
BAB IV	42
SIMPULAN DAN SARAN.....	42
4.1. Kesimpulan	42
4.2. Saran	42
Daftar Pustaka.....	44
Armstrong, G., & Armstrong, G. 2021. <i>Principles of Marketing</i> (18th ed., Global Edition). Harlow: Pearson Education.....	44

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. 2022. <i>Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice</i> (8th ed.). Harlow: Pearson Education.	44
Dodson, I. 2021. <i>The Art of Digital Marketing: The Definitive Guide to Creating Strategic, Targeted, and Measurable Online Campaigns</i> . Canada: Wiley Professional Development.	44
Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. 2019. <i>Consumer Behavior</i> (12th ed., Global Edition). Harlow: Pearson Education.....	44
Solomon, M. R., Hogg, M. K., & Askegaard, S. 2017. <i>Consumer Behaviour</i> . Harlow: Pearson Education.	44

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1.1.1 Create Value for customers and build customer relationships.
- Gambar 2.2 Struktur Organisasi Departemen Marketing Communication UMN
- Gambar 3.1. Alur kerja Mahasiswa Magang
- Gambar 3.3. Liputan Showcase business
- Gambar 3.2. Liputan Dining etiquette for young
- Gambar 3.3. Liputan Showcase business
- Gambar 3.4. Liputan Open House, UMN
- Gambar 3.5. Liputan Prototype Day DKV
- Gambar 3.6. Liputan Penanaman Pohon
- Gambar 3.7. Liputan Wisuda, Oktober
- Gambar 3.8. Liputan Class Make up Industrial, perfilman
- Gambar 3.9. Liputan Bisa Sinema Visit, event Perfilman
- Gambar 3.10. Liputan Kunjungan Industri, Home Credit Indonesia
- Gambar 3.11. Liputan Kunjungan Industri, Time International
- Gambar 3.12. Liputan Kunjungan Industri, Grand Indonesia
- Gambar 3.13. Liputan Pameran Architecture
- Gambar 3.14. Liputan Geem 2025 Day 2
- Gambar 3.15 Editing content CIC, Sosial Media UMN
- Gambar 3.16 Editing Content, distribusi Film, Podcast [exploreUMN](#)
- Gambar 3.17 Editing Content Podcast UMN, Alumni Junralistik
- Gambar 3.18. Editing Content Kami Fest, Wawancara Alumni
- Gambar 3.19. Editing Content, Rating After UAS Content FUN
- Gambar 3.20. Editing Content, Podcast Explore Kantor Alumni UMN
- Gambar 3.21. Editing Content & Wawancara Dosen Perhotelan
- Gambar 3.22. Talent untuk konten Promo Open House
- Gambar 3.23. Menjadi Talent untuk konten Explore UMN
- Gambar 3.24. Menjadi Talent untuk Konten Explore UMN
- Gambar 3.25. Menjadi talent untuk konten fun
- Gambar 3.26. Menjadi talent untuk konten fun
- Gambar 3.27. Menjadi Talent untuk konten event Open House
- Gambar 3.28. Menjadi talent konten fun
- Gambar 3.29 Menjadi Talent untuk akun pmb.umn
- Gambar 3.30. talent untuk konten fun
- Gambar 3.31. talent untuk akun pmb.umn

Gambar 3.32. Content Plan Tiktok okt
Gambar 3.33. Reminder Content, Timetree
Gambar 3.34. Interview Mahasiswa DKV
Gambar 3.35. Interview Mahasiswa Architecture
Gambar 3.36. Overview Postingan editing view tertinggi
Gambar 3.37. Views Postingan editing view tertinggi
Gambar 3.38 Retention postingan editing paling tinggi
Gambar 3.38 Interactions Postingan editing paling tinggi

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Pengantar MBKM – Pro-Step 1
2. Kartu MBKM – Pro-Step 2
3. Daily Task MBKM – Pro-Step 3

Halaman 1

Halaman 2

Halaman 3

Halaman 4

Halaman 5

Halaman 6

Halaman 7

Halaman 8

Halaman 9

Halaman 10

Halaman 11

Halaman 12

Halaman 13

Halaman 15

5. Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin

 Page 1 of 11 Total Page

Submission ID: 3441263619

UMN Libtii Mene 9

STRATEGI CONTENT MARKETING TIM MEDIA SOSIAL UMN

 MENY TRAVESIA SERAFIRA MARJEN
 2025 GANJE - MAGANG (REGULER & MBKM) MANAJEMEN
 Universitas Multimedia Nusantara

Document Details

Submission ID	31 Pages
trcid: 3441263619	4,012 Words
Submission Date	28,137 Characters
Dec 11, 2025, 9:35 AM GMT+7	
Download Date	
Dec 11, 2025, 11:11 AM GMT+7	
File Name	
LAPORAN_MAGANG_Menay_Travesia_Serafira_Marjen_20250878613_FIR_18_Des.pdf	
File Size	
634.9 KB	

 Turnitin

Submission ID: 3441263619

Scanned with CamScanner



Daily Task

STUDENT ID : 5000070613

STUDENT NAME : Marley Travelsia Setiawan Marjan

COMPANY NAME : Universitas Multimedia Nusantara

No	Date	In	Out	Enter Responsibilities	Supervisor's Sign
01	11/01/2021	08:00	12:00	Review meeting English 1000. Bertindak sebagai PM. Mengirim hasil TLM, revisi editing. Revisi laporan dan mengupload hasil. Bekerja sebagai IT.	Approved at 08 November 2021 13:31
02	09/01/2021	08:00	12:00	Editing 2 course	Approved at 09 November 2021 13:23
03	08/01/2021	08:00	12:00	Revisi dan review materi untuk 1000. Participate dalam meeting dan engagement dengan dosen UMN, belajar dan mengikuti karnal dengan karnal Alim. DPR, mengupload hasil, dan dapat agar karnal lebih menarik. Tampaknya, mengirim karnal ke TLM, dan karnal revisi dan karnal karnal karnal. jurnal dan karnal karnal.	Approved at 08 November 2021 13:31

Notes:

1. Copied Form must be attached in report when registering for work.

for internal use only

Signature: [Signature]

Signature: [Signature]

Signature: [Signature]

Signature: [Signature]

Signature: [Signature]

Scanned with CamScanner

Please sign along with the Company's stamp

4. Surat Penerimaan MBKM (LoA)