

LAPORAN KERJA PRAKTEK

***SOCIAL MEDIA MANAGEMENT SEBAGAI DIGITAL  
MARKETING COMMUNICATION TOOL PADA  
THE PRESTIGE EVENT ORGANIZER***



OLEH:

JEANNETTE CRISTABELLA

1423018056

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
SURABAYA  
2021**

## SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Jeannette Cristabella  
NRP : 1423018056  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa proposal skripsi saya yang berjudul :

*“SOCIAL MEDIA MANAGEMENT SEBAGAI MARKETING COMMUNICATION TOOL DALAM THE PRESTIGE EVENT ORGANIZER”*

Adalah benar – benar hasil karya saya sendiri. Apabila nanti dikemudian hari terbukti bahwa karya tulis saya ini merupakan hasil plagiarisme, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku di jurusan, fakultas maupun universitas.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran.

Surabaya, 7 Oktober 2021

Yang membuat pernyataan,



Jeannette Cristabella

NRP 1423018056

Mengetahui,

Dosen Pembimbing Tunggal,

Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN. 0719078401

**HALAMAN PERSETUJUAN**

***SOCIAL MEDIA MANAGEMENT SEBAGAI DIGITAL  
MARKETING COMMUNICATION TOOL PADA  
THE PRESTIGE EVENT ORGANIZER***

OLEH:

JEANNETTE CRISTABELLA

1423018056

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING,



Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN. 0719078401

TANGGAL: 6 SEPTEMBER 2021

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI,



Brigitte Revia Sandy Fista, S.Sos, M.I.Kom.

NIDN. 0715108903

## SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

Nama : Jeannette Cristabella  
NRP : 1423018056  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Tahun Lulus : 2022

Dengan ini **SETUJU** Karya Ilmiah saya, dengan judul

*“SOCIAL MEDIA MANAGEMENT SEBAGAI MARKETING COMMUNICATION TOOL DALAM THE PRESTIGE EVENT ORGANIZER”*

Untuk dipublikasikan / ditampilkan di Internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan Unievrstas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan undang – undang Hak Cipta yang berlaku

Demikian surat pernyataan **SETUJU** publikasi Karya Ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 7 Oktober 2021

Yang membuat pernyataan,



Jeannette Cristabella

NRP 1423018056

## HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN TUGAS AKHIR KERJA PRAKTEK YANG DITULIS OLEH:  
**JEANNETTE CRISTABELLA NRP: 1423018056**

TELAH DIUJI PADA TANGGAL 21 SEPTEMBER 2021 DAN DINYATAKAN  
LULUS OLEH TIM PENGUJI

KETUA TIM PENGUJI



Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom.

NIDN. 0725058704

MENGETAHUI:

DEKAN,



Brigitta Revia Sandy Fista, S.Sos, M.I.Kom.

NIDN. 0715108903

## **KATA PERSEMBAHAN**

Ucapan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, oleh karena kasih dan anugerah-Nya, penulis dapat menyelesaikan kegiatan kerja praktek selama 3 (tiga) bulan di The Prestige Event Organizer. Meskipun banyak yang harus dilewati mulai dari pengerjaan proposal hingga laporan, namun berkat penyertaan Tuhan dan dukungan orang-orang terdekat, laporan kerja praktek ini dapat terselesaikan tepat waktu. Dalam prosesnya, dukungan yang penulis dapatkan termasuk nasehat, saran, serta bantuan berasal dari orang tua, teman-teman, dosen pendamping, hingga rekan sekerja dalam perusahaan The Prestige Event Organizer. Penulis menyadari bahwa laporan kerja praktek ini masih jauh dari kata sempurna, namun penulis berharap laporan ini tetap dapat memberi manfaat bagi pembaca. Sebagai bentuk langkah perjalanan penulis menuju gelar S1 dan penyelesaian studi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, laporan kerja praktek ini penulis persembahkan.

Surabaya,

Jeannette Cristabella

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, oleh karena kasih karunia dan anugerah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan kerja praktek dengan judul *SOCIAL MEDIA MANAGEMENT SEBAGAI DIGITAL MARKETING COMMUNICATION TOOL PADA THE PRESTIGE EVENT ORGANIZER*. Penyusunan laporan kerja praktek ini dilakukan sebagai salah satu bentuk tanggung jawab atas kerja praktek yang penulis lalui selama 3 (tiga) bulan di The Prestige Event Organizer. Selain itu, penyusunan laporan kerja praktek ini juga penulis lakukan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam mencapai gelar S1 pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penulis menyadari bahwa penyusunan laporan kerja praktek ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu mencukupkan dan menyediakan apa yang penulis perlukan sehingga dapat menyelesaikan kegiatan kerja praktek ini dengan kondisi yang sehat dan bahagia.
2. Keluarga yang selalu memberikan *support* dalam perkataan maupun doa sehingga penulis selalu semangat untuk menyelesaikan tanggung jawab dalam kegiatan kerja praktek.
3. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom. selaku dosen pembimbing yang selalu memberi arahan dan bimbingan dalam mengerjakan laporan ini sehingga dapat selesai dengan baik dan sesuai dengan standart.

4. Keluarga The Prestige Event Organizer yang memberikan kesempatan bagi penulis untuk belajar dan berkembang, memperluas koneksi, serta menyelesaikan kegiatan kerja praktek sebagai *social media manager*.
5. Sahabat seperjuangan penulis, Kharen Koeswardoyo serta teman-teman lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang selalu saling membantu serta menyemangati perihal kegiatan kerja praktek.

Surabaya,

Jeannette Cristabella



## DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR BAGAN .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I.....	1
I.1 Latar Belakang .....	1
I.2 Bidang Kerja Praktek.....	4
I.3 Tujuan Kerja Praktek .....	4
I.3.1 Tujuan Umum.....	4
I.3.2 Tujuan Khusus .....	4
I.4 Manfaat Kerja Praktek .....	5
I.4.1 Bagi The Prestige Event Organizer .....	5
I.4.2 Bagi Akademisi.....	5
I.4.3 Bagi Penulis .....	5
I.5 Tinjauan Pustaka .....	6
I.5.1 <i>Digital Marketing Communication</i> .....	6
I.5.2 <i>Social Media Management</i> .....	8
I.5.3 Instagram Sebagai <i>New Media</i> .....	9
BAB II.....	13
II.1 Profil Perusahaan .....	13
II.1.1 Gambaran Umum The Prestige Event Organizer.....	13
II.1.2 Sejarah The Prestige Event Organizer.....	13

II.1.3	Visi Misi The Prestige Event Organizer.....	14
II.1.4	Identitas Perusahaan .....	15
II.1.5	Struktur Organisasi The Prestige Event Organizer .....	15
II.2	Waktu dan Pelaksanaan Kegiatan Kerja Praktek.....	17
II.3	Hasil atau Temuan .....	17
II.3.1	Merencanakan, Memantau, dan Meng- <i>upload</i> Konten .....	18
II.3.2	Membuat Konten <i>Story</i> dan <i>Reels</i> Instagram .....	19
II.3.3	<i>Design Feeds</i> dan <i>Story</i> Instagram .....	20
II.3.4	<i>Set Up</i> IG Ads.....	22
II.3.5	Mengkoordinasikan dan Mengevaluasi Konten .....	23
BAB III	.....	25
III.1	The Prestige Event Organizer Dalam Instagram .....	25
III.1.1	Instagram <i>Feeds</i> .....	26
III.1.2	Instagram <i>Reels</i> .....	28
III.1.3	Instagram <i>Story</i> .....	29
III.1.4	Instagram <i>Highlight</i> .....	30
III.1.5	Instagram TV .....	31
III.2	<i>Social Media Management</i> Dalam Instagram The Prestige Event Organizer.....	33
III.2.1	Membuat & Menganalisis Konten .....	33
III.2.2	Merencanakan Jadwal & <i>Upload</i> Konten .....	36
III.2.3	Mengevaluasi Konten.....	37
III.2.4	Terlibat Aktif Dengan Pengguna Instagram Lain .....	39
BAB IV	.....	40
IV.1	Kesimpulan .....	40
IV.2	Saran.....	41
DAFTAR PUSTAKA	.....	42
LAMPIRAN	.....	44

## DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Contoh Tabel Jadwal <i>Upload</i> Bulan Juni Minggu ke-2.....	18
Tabel II.2 Contoh Tabel <i>Insights</i> (Total) Bulan Juli.....	24
Tabel III.1 Contoh Tabel <i>Insights</i> Bulan Juli Minggu ke-1.....	38

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Logo the Prestige Event Organizer.....	15
Gambar II.2 Konten <i>Reels</i> WWI .....	20
Gambar II.3 <i>Design Story Weekly Wedding Inspirations</i> .....	21
Gambar III.1 Instagram <i>Feeds</i> The Prestige Event Organizer .....	27
Gambar III.2 Instagram <i>Reels</i> The Prestige Event Organizer .....	28
Gambar III.3 Instagram <i>Story</i> The Prestige Event Organizer .....	30
Gambar III.4 Instagram <i>Highlight</i> The Prestige Event Organizer .....	31
Gambar III.5 Instagram TV The Prestige Event Organizer .....	32
Gambar III.6 Konten <i>Self-Promotion Event</i> WWI .....	34
Gambar III.7 Konten <i>Value-adding “Reminder” dan “Intimate Wedding Tips”</i> .....	35
Gambar III.8 Konten <i>Interaction</i> .....	36

## **DAFTAR BAGAN**

Bagan II.1 Struktur Organisasi The Prestige Event Organizer .....	15
---	----

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Tabel Kegiatan Harian .....	44
Lampiran 2: Tabel Jadwal <i>Upload</i> Instagram .....	51
Lampiran 3: Tabel <i>Insights</i> Instagram .....	56
Lampiran 4: Hasil <i>Design Feeds</i> .....	61
Lampiran 5: Hasil <i>Design Story</i> .....	63
Lampiran 6: Hasil <i>Design IGTV dan Reels</i> .....	68
Lampiran 7: Isi Konten <i>Story</i> Instagram .....	69

## ABSTRAK

Internet sebagai bagian dari *new media of communication* memudahkan arus informasi dunia menjadi seakan tanpa batas. Aktivitas *conventional marketing* yang dulunya dilakukan secara langsung, sekarang sudah beralih pada *digital marketing*, seperti *Google ads* hingga *social media management*. Dengan menggunakan *social media*, konsumen dengan cakupan besar dapat dijangkau secara cepat dan mudah, sehingga *social media* kini menjadi alat utama dalam *digital marketing communication*.

Seperti halnya yang dilakukan oleh The Prestige Event Organizer sebagai industri kreatif penyelenggara *event*, menggunakan Instagram untuk melakukan *digital marketing communication*. Dimana dalam prakteknya, seorang *social media manager* yang melakukan *social media management* di Instagram akan memanfaatkan fitur-fitur dalam Instagram pula. Mulai dari merencanakan jadwal dan *upload* konten, membuat serta mendesain konten, pengelolaan konten dalam bentuk *feeds*, *story*, *reels*, atau IG TV, *ads*, hingga melakukan evaluasi berkala. Hal tersebut menjadi sangat penting karena *social media* Instagram lebih dari sekedar tempat untuk mempromosikan jasa bisnis, melainkan juga untuk meningkatkan serta mempererat hubungan dengan para klien maupun calon klien.

Kata Kunci: *Digital Marketing Communication, Social Media Management, Instagram*