

**PERAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* JC AGENCY DALAM
MENINGKATKAN *ENGAGEMENT RATE* SAMAPURA JEWELRY**

LAPORAN KERJA PRAKTIK



Disusun Oleh:

Debora Angelia Iskandar

NRP. 1423019069

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2022**

LAPORAN KERJA PRAKTIK

**PERAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* JC AGENCY DALAM
MENINGKATKAN *ENGAGEMENT RATE* SAMAPURA JEWELRY**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Widya Mandala Surabaya**



Disusun Oleh:

Debora Angelia Iskandar

NRP. 1423019069

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA
MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2022**

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Debora Angelia Iskandar

NRP : 1423019069

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa laporan saya yang berjudul :

**“PERAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* JC AGENCY DALAM
MENINGKATKAN *ENGAGEMENT RATE* SAMAPURA JEWELRY”**

Adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku di jurusan, fakultas maupun universitas.

Surabaya, 7 November 2022



Debora Angelia Iskandar

NRP. 1423019069

LEMBAR PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya selaku mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Debora Angelia Iskandar

NRP : 1423019069

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Dengan ini **SETUJU** bahwa Karya Ilmiah saya yang berjudul :

*“PERAN SOCIAL MEDIA MARKETING JC AGENCY DALAM
MENINGKATKAN ENGAGEMENT RATE SAMAPURA JEWELRY”*

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di dalam internet atau media lain (Digital Library Universitas 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 November 2022



Debora Angelia Iskandar

NRP.1423019069

HALAMAN PERSETUJUAN

**“PERAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* JC AGENCY DALAM
MENINGKATKAN *ENGAGEMENT RATE* SAMAPURA JEWELRY”**

OLEH:

**DEBORA ANGELIA ISKANDAR
NRP: 1423019069**

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING,



THERESIA INTAN PUTRI HARTIANA, S.SOS., M.I.KOM.

NIDN. 0725058704

TANGGAL: 7 NOVEMBER 2022

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI,



BRIGITTA REVIA SANDY FISTA, S.I.Kom., M.Med.Kom.

NIDN. 0715108903

HALAMAN PENGESAHAN

**LAPORAN KERJA PRAKTIK YANG DITULIS OLEH :
DEBORA ANGELIA ISKANDAR NRP : 1423019069**

**TELAH DISETUJUI PADA TANGGAL 5 DESEMBER 2022 DAN
DINYATAKAN LULUS OLEH TIM PENGUJI**

KETUA TIM PENGUJI



**Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom
NIDN. 0715108903**

MENGETAHUI,

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI,



**BRIGITTA REVIA SANDY FISTA, S.I.Kom., M.Med.Kom.
NIDN. 0715108903**

HALAMAN PERSEMBAHAN

Penulis mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat pernyertaan-Nya, penulis dapat melaksanakan kegiatan kerja praktik di The Alana Surabaya. Tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih atas dukungan dari banyak pihak dalam proses pencarian tempat magang, masa kerja praktik, hingga proses penyusunan laporan berikut ini. Penulis menyadari bahwa laporan ini masih belum sempurna, namun semoga laporan ini dapat tetap memberi manfaat bagi pembaca. Sebagai salah satu langkah yang harus ditempuh sebelum mencapai gelar S1, berikut laporan kerja praktik ini penulis persembahkan.

Surabaya, 6 November 2022



Debora Angelia Iskandar

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas bimbingan dan berkatNya, penulis bisa menyelesaikan proses magang hingga penyusunan laporan ini, sebagai salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, juga sebagai proses belajar bagi penulis.

Penulis sepenuhnya menyadari bahwa seluruh proses kerja praktik atau magang hingga penyusunan laporan kerja praktik ini tidak terlepas dari doa, dan dukungan dari berbagai pihak. Maka, melalui tulisan ini, penulis ingin menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Kedua orang tua kami, terima kasih atas segala bimbingan dan perhatian kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan laporan Kerja Praktik ini dengan tepat waktu. Dengan terselesaikannya laporan ini, penulis berharap dapat membanggakan orangtua.
2. Theresia Intan Putri H., S.Sos., M.I.Kom, selaku dosen pembimbing penulis yang selalu siap memberi saran dan solusi kepada penulis selama proses bimbingan sampai laporan ini disusun.
3. Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M. Med. Kom., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katholik Widya Mandala Surabaya, terima kasih atas perhatian, motivasi dan pengarahan yang diberikan selama penulis menimba ilmu di FIKOM WM selama dua semester ini.
4. Jessica Casey, selaku pemilik usaha JC Agency, yang telah memberi kesempatan penulis untuk melaksanakan kegiatan magang di JC Agency, dan telah menjadi mentor juga sosok pemimpin yang luar biasa bagi penulis.

5. Seluruh sahabat, teman dan rekan-rekan penulis lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Penulis mengucapkan terima kasih untuk dukungan, motivasi, kritik dan saran yang telah diberikan.

Surabaya, 7 November 2022



Debora Angelia Iskandar

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	ii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Bidang Kerja Praktik.....	6
I.3 Tujuan Kerja Praktik	6
I.3.1 Tujuan Umum	6
I.3.2 Tujuan Khusus	6
I.4 Manfaat Kerja Praktik	7
I.4.1 Teoritis	7
I.4.2 Praktis.....	7
I.5 Tinjauan Pustaka	7
I.5.1 <i>Social Media Marketing</i>	7
I.5.2 Pentingnya <i>Social Media Engagement</i> Dalam Bisnis.....	9
I.5.3 <i>Engagement Rate</i> Instagram	10
I.5.4 Peran dan Fungsi <i>Social Media Marketing</i>	12
BAB II HASIL DAN PEMBAHASAN KERJA PRAKTIK.....	14
II.1 Profil Perusahaan	14

II.1.1 Gambaran Umum JC Agency	14
II.1.2 Sejarah JC Agency	14
II.1.3 Visi dan Misi JC Agency	15
II.1.4 Identitas Perusahaan	16
II.1.5 Struktur Organisasi JC Agency.....	17
II.2 Waktu dan Pelaksanaan Kegiatan Kerja Praktik	18
II.3 Hasil dan Temuan	28
II.3.1 Melakukan Riset	29
II.3.2 <i>Content Planning</i>	31
II.3.3 Proses <i>Engaging</i> di Instagram	33
II.3.4 Membuat Laporan.....	34
II.3.5 Klien JC Agency dalam Instagram	36
BAB III PEMBAHASAN	39
III.1. Proses <i>Social Media Engagement</i>	39
III.2. Peran <i>Social Media Marketing</i> Pada JC Agency.....	41
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	44
IV.1. Kesimpulan	44
IV.2. Saran.....	45
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN	49

DAFTAR TABEL

Tabel II.I. Kegiatan Kerja Praktik.....	18
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Konten <i>Reels</i> di Instagram Samapura Jewelry	49
Lampiran 2. Feed di Instagram Samapura Jewelry	49
Lampiran 6. Form Penilaian Kerja Praktik di JC Agency	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1. Logo JC Agency	16
Gambar II.2. Riset Untuk Samapura Jewelry.....	30
Gambar II.3. Akun Later Samapura Jewelry New Zealand	32
Gambar II.4. Contoh <i>Weekly Report</i> Untuk @samapura.my.sg	35
Gambar II.5. Contoh <i>Advertisement Reports</i> Samapura Jewelry.....	35
Gambar II.6. Akun-Akun Instagram Samapura Jewelry.....	38

ABSTRAK

Debora Angelia Iskandar, NRP. 1423019069. Peran *Social Media Marketing* JC Agency Dalam Meningkatkan *Engagement Rate* Samapura Jewelry.

Di generasi yang sudah serba digital seperti saat ini, teknologi modern seperti internet berkembang pesat. Hal ini mempermudah proses pemasaran di berbagai perusahaan. Selain mempermudah, teknologi juga menciptakan strategi-strategi baru dalam melakukan pemasaran dalam perusahaan. Strategi-strategi baru ini didukung dengan penggunaan platform media sosial seperti Instagram. Dalam Instagram, pengguna dituntut untuk selalu aktif dalam platform ini agar dapat meningkatkan keterlibatan pengguna serta menarik perhatian audiens dan calon konsumen.

JC Agency telah memahami pentingnya media sosial dalam sebuah perusahaan. Oleh karena itu, JC Agency menyediakan jasa *digital marketing* kepada berbagai perusahaan. Dalam melaksanakan tugasnya, JC Agency memiliki sebuah tim yang terdiri atas *social media marketer*, *graphic designer* dan *editor*, serta *photographer* dan *videographer*. Peran *social media marketer* dalam tim adalah untuk memasarkan dan mengundang audiens untuk mengenali perusahaan dan merek klien-klien JC Agency.

Kata Kunci: Media Sosial, *Marketing*, Peran *Social Media Marketing*, *Social Media Engagement*, Instagram, JC Agency

ABSTRACT

Debora Angelia Iskandar, NRP. 1423019069. The Role of JC Agency's Social Media Marketing in Increasing Samapura Jewelry's Engagement Rate.

In a digital generation like today, modern technology like the internet is growing rapidly. This simplifies the marketing process in various companies. In addition to making it easier, technology also creates new strategies for marketing within the company. These new strategies are supported by the use of social media platforms such as Instagram. In Instagram, users are required to always be active in this platform in order to increase user engagement and attract the attention of audiences and potential consumers.

JC Agency has understood the importance of social media in a company. Therefore, JC Agency provides digital marketing services to companies. In carrying out its duties, JC Agency has a team consisting of social media marketers, graphic designers and editors, as well as photographers and videographers. The role of social media marketers in the team is to promote and engage audiences to discover JC Agency's client companies dan brand.

Keywords: Social Media, Marketing, Role of Social Media Marketing, Social Media Engagement, Instagram, JC Agency