

**PENYUSUNAN ALUR DAN STANDAR OPERASIONAL PROSEDUR  
DALAM PELAKSANAAN PEMASARAN KONTEN PADA PT  
NETZME KREASI INDONESIA**



**LAPORAN MAGANG**

**Ghibrani Addin Saddam**

**2205421089**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN**

**JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA**

**POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**2024**



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ghibrani Addin Saddam

NIM : 2205421089

Program Studi : Administrasi Bisnis Terapan

Dengan ini menyatakan bahwa yang dituliskan didalam laporan Laporan Magang ini adalah hasil karya saya sendiri bukan hasil jiplakan (plagiasi) karya orang lain baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat, gagasan atau temuan orang lain yang Terdapat didalam Laporan Magang telah saya rujuk sesuai dengan etika ilmiah. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**

Jakarta, 13 Januari 2025  
Penulis,

Ghibrani Addin Saddam  
NIM 2205421089



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## PENYUSUNAN STRATEGI *EMPLOYER BRANDING* DALAM MENARIK MINAT PELAMAR PADA PT VICTORY INTERNATIONAL FUTURES

<sup>1</sup>Program Studi Administrasi Bisnis Terapan Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta,

<sup>2</sup>Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Jakarta,

<sup>3</sup>*Business Evangelist Intern, PT Netzme Kreasi Indonesia*

Email: [ghibrani.addin.saddam.an22@mhs.w.pnj.ac.id](mailto:ghibrani.addin.saddam.an22@mhs.w.pnj.ac.id)

### ABSTRAK

Laporan magang ini membahas penerapan pemasaran digital di PT Netzme Kreasi Indonesia, khususnya dalam pengelolaan konten media sosial. Selama magang, penulis bertanggung jawab dalam pembuatan copywriting, penjadwalan konten, serta koordinasi dengan Tim Creative Design. Kendala utama yang ditemukan adalah keterlambatan produksi konten akibat kurangnya komunikasi dan manajemen waktu yang kurang efektif. Sebagai solusi, penulis merancang Standar Operasional Prosedur (SOP) Content Marketing untuk memastikan proses pembuatan konten lebih terstruktur dan efisien. SOP ini membantu meningkatkan koordinasi antar tim, mengoptimalkan alur kerja, serta memastikan konten dipublikasikan tepat waktu. Implementasi SOP ini diharapkan dapat meningkatkan efektivitas pemasaran digital perusahaan.

**Kata Kunci:** Pemasaran Digital, Pemasaran Konten, Media Sosial, SOP, PT Netzme Kreasi Indonesia.





**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## PENYUSUNAN STRATEGI *EMPLOYER BRANDING* DALAM MENARIK MINAT PELAMAR PADA PT VICTORY INTERNATIONAL FUTURES

<sup>1</sup>*Applied Business Administration Study Program, Department of Business Administration, Jakarta State Polytechnic,*

<sup>2</sup>*Department of Business Administration, Jakarta State Polytechnic,*

<sup>3</sup>*Business Evangelist Intern, PT Netzme Kreasi Indonesia*

Email: [ghibrani.addin.saddam.an22@mhs.wpnj.ac.id](mailto:ghibrani.addin.saddam.an22@mhs.wpnj.ac.id)

### ABSTRACT

This internship report discusses the implementation of digital marketing at PT Netzme Kreasi Indonesia, particularly in social media content management. During the internship, the author was responsible for copywriting, content scheduling, and coordination with the Creative Design Team. The main challenge identified was content production delays due to ineffective communication and time management. As a solution, the author developed a Standard Operating Procedure (SOP) for Content Marketing to structure and streamline the content creation process. This SOP improves team coordination, optimizes workflow, and ensures timely content publication. Its implementation is expected to enhance the company's digital marketing effectiveness.

**Keywords:** Digital Marketing, Content Marketing, Social Media, SOP, PT Netzme Kreasi Indonesia.



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT berkat limpahan rezeki, nikmat, rahmat, dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan magang dengan judul SOP Pemasaran Konten pada PT Netzme Kreasi Indonesia.

Laporan magang ini dapat diselesaikan dengan baik dengan melibatkan banyak pihak yang membantu penulis baik secara moril maupun material. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Syamsu Rizal, SE, MM, selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta, yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas dalam mendukung pelaksanaan program magang ini.
2. Dr. Dra., Iis Mariam., M.Si, selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta, yang telah memberikan arahan dan dukungan selama pelaksanaan program magang.
3. Yanita Ella Nila Chandra, S.A.B., M.Si, selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis Terapan, atas dukungan dan bimbingannya selama proses perkuliahan hingga program magang ini.
4. Titik Purwinarti, S.Sos., M.Pd, selaku DPM (Dosen Pembimbing Magang), yang telah memberikan bimbingan dan arahan mengenai penyusunan laporan yang baik, benar, dan sistematis. Terima kasih atas waktu, tenaga, serta ilmu yang Ibu berikan kepada penulis selama proses bimbingan ini.
5. Kakak Dewi Kartika, selaku Head Business Evangelist dan Mentor Magang, yang telah memberikan izin, arahan, dan ilmu berharga selama pelaksanaan program magang di perusahaan.
6. Kakak Rizky Aulia, selaku staf Business Evangelist, yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama penulis melaksanakan kegiatan magang.



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Bapak Prasetyo Wibowo dan Ibu Ira Damayanti, selaku orang tua tercinta, atas doa, semangat, dukungan moril maupun materiil, serta kasih sayang yang tiada henti selama proses magang dan penyusunan laporan ini.

7. Rekan-rekan ABT 4C, yang telah memberikan perhatian, semangat, dan kebersamaan yang sangat berarti selama pelaksanaan magang dan penyusunan laporan ini.

Karena bantuan dari mereka, penulis dapat menyelesaikan laporan ini. Penulis sadar bahwa laporan ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran penulis harapkan demi kesempurnaan laporan ini. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi pembaca maupun bagi penulis sendiri.

Jakarta, 13 Januari 2025  
Penulis,

Ghibrani Addin Saddam  
NIM 2205421089

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**





**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**DAFTAR ISI**

|                                                                                                                    |          |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|
| LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS .....                                                                               | i        |
| ABSTRAK .....                                                                                                      | ii       |
| ABSTRACT .....                                                                                                     | iii      |
| KATA PENGANTAR.....                                                                                                | iv       |
| DAFTAR ISI.....                                                                                                    | vi       |
| DAFTAR TABEL .....                                                                                                 | viii     |
| DAFTAR GAMBAR.....                                                                                                 | ix       |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                                                                                              | xi       |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                                                                                      | <b>1</b> |
| 1.1. Latar Belakang Masalah .....                                                                                  | 1        |
| 1.2. Tujuan Magang.....                                                                                            | 3        |
| 1.3. Manfaat Magang.....                                                                                           | 3        |
| 1.3.1 Manfaat Teoretis .....                                                                                       | 3        |
| 1.3.2 Manfaat Praktis .....                                                                                        | 3        |
| 1.4. Waktu dan Tempat Pelaksanaan.....                                                                             | 4        |
| 1.4.1 Waktu Pelaksanaan .....                                                                                      | 4        |
| 1.4.2 Tempat Pelaksanaan .....                                                                                     | 5        |
| 1.5. Jadwal Kegiatan .....                                                                                         | 5        |
| <b>BAB II TINJAUAN UMUM OBJEK MAGANG .....</b>                                                                     | <b>8</b> |
| 2.1 Sejarah PT Netzme Kreasi Indonesia .....                                                                       | 8        |
| 2.1.1 Profil PT Netzme Kreasi Indonesia .....                                                                      | 8        |
| 2.1.2 Logo PT Netzme Kreasi Indonesia .....                                                                        | 9        |
| 2.1.3 Visi dan Misi PT Netzme Kreasi Indonesia.....                                                                | 10       |
| 2.2 Kegiatan PT Netzme Kreasi Indonesia .....                                                                      | 11       |
| 2.3 Struktur Organisasi PT Netzme Kreasi Indonesia.....                                                            | 14       |
| 2.4 Struktur Organisasi dan Job description divisi <i>business evangelist</i> pada PT Netzme Kreasi Indonesia..... | 15       |



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

|                                                                    |           |
|--------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>BAB III HASIL PELAKSANAAN MAGANG .....</b>                      | <b>18</b> |
| 3.1 Pelaksanaan dan Pembahasan Magang .....                        | 18        |
| 3.1.1 Pelaksanaan Magang.....                                      | 18        |
| 3.1.2 Pembahasan Magang .....                                      | 23        |
| 3.2 Solusi dari Permasalahan dalam pembuatan konten .....          | 36        |
| 3.2.1 Standar Operasional Prosedur <i>Conetent Marketing</i> ..... | 37        |
| <b>BAB IV PENUTUP .....</b>                                        | <b>43</b> |
| 1.1 Kesimpulan.....                                                | 43        |
| 4.2 Saran.....                                                     | 44        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                        | <b>45</b> |







**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**DAFTAR TABEL**

|                                         |   |
|-----------------------------------------|---|
| Tabel 1 .1 Jadwal Kegiatan Magang ..... | 5 |
|-----------------------------------------|---|





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                   |                              |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|
| Gambar 1. 1 Persentase Konten Telat .....                                         | 2                            |
| Gambar 2. 1 Logo PT Netzme Kreasi Indonesia                                       | 9                            |
| Gambar 2. 3 Produk PT Netzme Kreasi Indonesia.....                                | 12                           |
| Gambar 2. 4 Struktur Organisasi Perusahaan PT Netzme Kreasi Indonesia .....       | 14                           |
| Gambar 2. 5 Struktur Organisasi Divisi Business Evangelist.....                   | 15                           |
| Gambar 3. 1 Jadwal Sosial Media.....                                              | 18                           |
| Gambar 3. 2 Copywriting thread X dan script konten tiktok.....                    | 19                           |
| Gambar 3. 3 Artikel hasil copywriting penulis .....                               | 20                           |
| Gambar 3. 4 Pembuatan konten di kantor dan Mitra10 .....                          | 21                           |
| Gambar 3. 5 Data performa konten pada X dan Tiktok.....                           | 22                           |
| Gambar 3. 6 Menghadiri seminar Billtezz dan FLEI Business Show 23rd Edition ..... | 23                           |
| Gambar 3. 7 Pembuatan task pada platform slack                                    | Error! Bookmark not defined. |
| Gambar 3. 8 Proses diskusi evaluasi Konten .....                                  | 26                           |
| Gambar 3. 9 Konten tiktok yang telat .....                                        | 28                           |
| Gambar 3. 10 Konten promosi tiktok yang telat.....                                | 31                           |
| Gambar 3. 11 Konten promosi tiktok yang telat.....                                | 32                           |
| Gambar 3. 12 Standar Operasional Prosedur Content Marketing.....                  | 33                           |
| Gambar 3. 13 Flowchart Proses Pembuatan Konten.....                               | 37                           |



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                   |                                     |
|-------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| Lampiran 1 . Surat Pernyataan .....                               | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Lampiran 2 . Kesiadaan Membimbing (Mentor Magang)                 | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Lampiran 3 . Form Bimbingan Magang (Dosen Pembimbing Magang ..... | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Lampiran 4 . Penilaian Mentor Magang .....                        | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Lampiran 5 . Penilaian Dosen Pembimbing Magang                    | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Lampiran 6 . Kesiadaan Membimbing (Dosen Pembimbing Magang) ..... | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Lampiran 7 . Log Book Aktivitas Harian (Mentor Magang)            | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Lampiran 8 . Rubrik Penilaian .....                               | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |
| Lampiran 9 . Curriculum Vitae.....                                | <b>Error! Bookmark not defined.</b> |

POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA





**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Pemasaran digital adalah kegiatan pemasaran dengan menggunakan media digital dan internet yang berbentuk website, e-mail, tv, dan social media yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah konsumen (Chaffey & Chadwick, 2019). Pada era 4.0 ini digital marketing telah menjadi tulang punggung dalam memperkenalkan produk baru ke pasar. Saat ini kita berada pada era digital yang semakin fokus pada kemajuan teknologi yang meliputi artificial intelegent, digital economy, robotic, big data, dan banyak lainnya (Wahyuningsih, 2020).

PT Netzme Kreasi Indonesia sebagai perusahaan yang bergerak di bidang solusi pembayaran digital tentunya harus memiliki pemasaran digital yang baik untuk bersaing di pasar. Untuk menerapkan pemasaran digital tersebut PT Netzme memiliki divisi *business evangelist*, yaitu divisi yang bertanggung jawab untuk *corporate relation* dan pemasaran perusahaan sebagai *marketing communication*. Pemasaran digital merupakan salah satu alat penting yang digunakan divisi *business evangelist* dalam membangun merk dan melibatkan pelanggan. Pemasaran konten menjadi salah satu fokus utama *business evangelist* untuk membangun citra perusahaan, memperkenalkan produk, serta membangun keterikatan dengan pelanggan. Dalam lingkungan bisnis yang kompetitif, kehadiran media sosial yang kuat dapat membantu merk membedakan diri dari pesaing dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan potensial dan pelanggan yang ada (Rizal, 2020).

Salah satu strategi pemasaran digital yang digunakan Divisi *Marketing Communication* yaitu pemasaran konten. Pemasaran konten merupakan strategi pemasaran digital dimana perusahaan atau organisasi

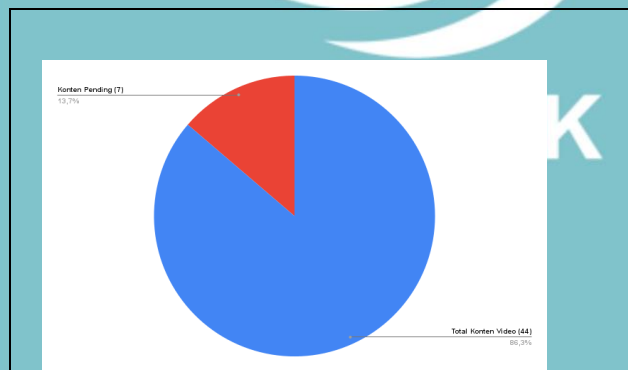


### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

membuat dan mendistribusikan konten yang berkualitas tinggi dan relevan kepada audiens target dengan tujuan membangun kesadaran merk, meningkatkan keterlibatan, dan memperoleh pelanggan potensial. Konten dapat berupa berbagai macam bentuk, termasuk artikel blog, video, infografis, podcast, ebook, dan banyak lagi lainnya (Fadli et al. 2023).

Proses pembuatan konten pada PT Netzme Kreasi Indonesia memiliki beberapa tahapan yang melibatkan 2 tim yaitu *marketing communication* yang masih merupakan bagian dari *business evangelist* dan *content creative*. Tim *Marketing Communication* bertugas untuk merencanakan strategi pemasaran konten mulai dari riset pasar hingga pembuatan *copywriting*. Sementara tim *Creative Design* bertugas untuk memvisualkan ide tersebut untuk menjadi alat pemasaran. Namun ada beberapa masalah yang terjadi dalam pembuatan konten pada PT Netzme Kreasi Indonesia. Terkadang ada beberapa konten yang terlambat dibuat sehingga mengganggu strategi pemasaran yang ingin dijalankan. Gambar dibawah ini menunjukkan persentase seberapa sering terjadi keterlambatan pada pemuatan konten di PT Netzme Kreasi Indonesia.



Gambar 1.1 Persentase konten telat

Sumber: Diolah oleh penulis, 2024

Gambar 1.1 merupakan olahan data berupa diagram pizza yang dibuat oleh penulis untuk mengetahui seberapa buruknya kendala yang terjadi pada pembuatan konten. Diagram tersebut menunjukkan bahwa 13,7% dari total 44 konten terlambat untuk dibuat tepat waktu. Hal ini bisa terjadi karena beberapa hal, seperti komunikasi dan koordinasi yang kurang baik antara tim yang bertanggung jawab dalam pembuatan konten. Kendala tersebut sangat





**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

perpengaruh kepada strategi pemasaran sehingga akan sulit untuk membangun koneksi dan citra terhadap pelanggan.

Untuk mengatasi dan mengantisipasi masalah tersebut dibutuhkan suatu pedoman yang harus diikuti dalam menjalankan pekerjaan. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk membahas tentang proses pembuatan konten pada PT Netzme Kreasi Indonesia dan mengambil judul *Penyusunan Alur Dan Standar Operasional Prosedur Dalam Pelaksanaan Pemasaran Konten Pada PT Netzme Kreasi Indonesia*.

## 1.2. Tujuan Magang

- a. Mengetahui dan mempelajari proses penerapan pemasaran digital di PT Netzme Kreasi Indonesia, terutama dalam konteks efisiensi pembuatan konten untuk menjalankan pemasaran konten.
- b. Mengidentifikasi kendala yang muncul dalam pembuatan konten pada pelaksanaan pemasaran digital di PT Netzme Kreasi Indonesia.
- c. Memberikan rekomendasi dan solusi atas permasalahan yang terjadi pada proses pemasaran digital di PT Netzme kreasi Indonesia.

## 1.3. Manfaat Magang

Pratik magang yang dilakukan penulis pada PT Netzme Kreasi Indonesia memiliki beberapa manfaat baik teoritis maupun praktis, berikut adalah manfaatnya:

### 1.3.1 Manfaat Teoretis

Secara teoritis, magang ini memberikan kesempatan untuk menerapkan pengetahuan yang telah dipelajari dalam mata kuliah pemasaran digital, khususnya dalam pemasaran konten. Dengan berpartisipasi dalam proyek pemasaran produk baru, penulis dapat menguji dan memperdalam pemahaman mengenai strategi komunikasi yang efektif dalam industri teknologi finansial.

### 1.3.2 Manfaat Praktis

#### a. Manfaat Bagi Mahasiswa

- 1) Penulis mendapatkan pengalaman langsung bekerja dalam industri.





**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2) Penulis dapat mengembangkan keterampilan teknis dan non-teknis, seperti *copywriting*, analisis data, serta merancang strategi pemasaran digital.

3) Memperoleh pemahaman mendalam mengenai cara kerja industri teknologi finansial, termasuk berbagai tantangan yang dihadapi serta strategi yang digunakan perusahaan untuk mengatasinya.

4) Memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengembangkan keterampilan dalam menciptakan ide-ide kreatif yang memiliki nilai dan makna.

**b. Manfaat Bagi Kampus**

1) Kampus mendapatkan nilai tambah dengan menjalin hubungan yang lebih erat dengan dunia industri.

2) Kegiatan yang menghasilkan produk berupa SOP Content Marketing mencerminkan kualitas pendidikan kampus dalam membekali mahasiswanya dengan keterampilan praktis sekaligus memberikan kontribusi nyata bagi perusahaan.

**c. Manfaat Bagi Perusahaan**

1) SOP Content Marketing dapat membantu mengatasi masalah dalam pembuatan konten sehingga pemasaran pada PT Netzme Kreasi Indonesia.

2) Pemasaran digital yang berjalan dengan lancar dapat membantu PT Netzme Kreasi Indonesia membangun citra dan menjangkau lebih banyak calon pelanggan sehingga dapat membantu perkembangan perusahaan.

**1.4. Waktu dan Tempat Pelaksanaan**

**1.4.1 Waktu Pelaksanaan**

Berdasarkan waktu yang telah disetujui dan disepakati oleh PT Netzme Kreasi Indonesia, pelaksanaan Magang akan berlangsung selama 5 (lima) bulan, yang dimulai pada tanggal 2 September 2024 sampai dengan tanggal 31 Januari 2024.



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

#### 1.4.2 Tempat Pelaksanaan

Nama Perusahaan : PT Netzme Kreasi Indonesia  
 Alamat Perusahaan : Capitol 9 Square, Jl. Mega Kuningan Tim.  
 No.9, RT.8/RW.2, Kuningan, Kuningan Tim., Kecamatan Setiabudi,  
 Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12950  
 Telephone : (021) 31922299

#### 1.5. Jadwal Kegiatan

Kegiatan ini dilakukan di PT Netzme Kreasi Indonesia selama satu minggu dari hari Senin – Jumat.

Hari Kerja : Senin s.d Jumat  
 Jam Kerja : Pukul 09.00 s.d 17.00 WIB  
 Jam Istirahat : Pukul 12.00 s.d 13.00 WIB

Penulis melaksanakan praktik magang ditempatkan di Business Evangelist. Adapun yang dilakukan oleh penulis selama kegiatan Praktik Magang di antaranya sebagai berikut:

Tabel 1.1 Jadwal Kegiatan Magang

| Minggu | Tanggal              | Jam Kerja     | Penjelasan Kegiatan                                                                                                                                                                            |
|--------|----------------------|---------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1      | 2-6 September 2024   | 09.00 - 17.00 | Pengenalan suasana kantor & berkenalan dengan staff kantor, penjelasan jobdesk dan flow pekerjaan, login media sosial yang akan di pegang, membuat artikel untuk Website, upload konten tiktok |
| 2      | 9-13 September 2024  | 09.00 - 17.00 | Membuat Script konten Promo merchant yang bekerja sama, Menjadwalkan upload konten Tiktok, upload konten Tiktok, mencari referensi konten tiktok                                               |
| 3      | 16-20 September 2024 | 09.00 - 17.00 | Membuat artikel untuk Website, upload konten tiktok, membuat Script konten Promo merchant yang bekerja sama, Menjadwalkan upload konten Tiktok                                                 |





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

|    |                                    |               |                                                                                                                                                                   |
|----|------------------------------------|---------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 4  | 23-27 September 2024               | 09.00 - 17.00 | Membuat draft thread untuk X, mencari refensi untuk konten tiktok, membantu menjadi talent untuk konten, upload konten Tiktok, membuat script tiktok              |
| 5  | 30 September 2024 - 4 Oktober 2024 | 09.00 - 17.00 | Meeting membahas konten untuk bulan depan dan menganalisis konten di bulan sebelumnya, upload konten tiktok, upload tweet di X                                    |
| 6  | 7-11 Oktober 2024                  | 09.00 - 17.00 | Mengikuti Meeting BI Award, Mendata konten Tiktok, youtube, dan X untuk survei BI Award. Upload tweet di X, upload konten Tiktok, mencari referensi konten tiktok |
| 7  | 14-18 Oktober 2024                 | 09.00 - 17.00 | Mengikuti rapat Fintech, menjadwalkan konten X dan tiktok untuk weekend, mengupload konten tiktok dan X, mencari referensi artikel dan menulis artikel            |
| 8  | 21-25 Oktober 2024                 | 09.00 - 17.00 | Technical meeting Aftech, mencari referensi untuk artikel dan konten tiktok, membantu menjadi talent untuk konten, upload konten Tiktok, membuat script tiktok    |
| 9  | 28 Oktober - 1 November 2024       | 09.00 - 17.00 | Meeting membahas konten untuk bulan depan dan menganalisis konten di bulan sebelumnya, upload konten tiktok dan X, mencari referensi artikel dan menulis artikel  |
| 10 | 4-8 November 2024                  | 09.00 - 17.00 | Membantu menjadi talent untuk konten, upload konten Tiktok, membuat script tiktok, membuat script tiktok, upload tweet di X dan konten di Tiktok                  |
| 11 | 11-15 November 2024                | 09.00 - 17.00 | Izin megikuti pelatihan Digital marketing dari kampus, membuat konten di kantor, mengerjakan revisi artikel, upload konten di X dan tiktok                        |
| 12 | 18-22 November 2024                | 09.00 - 17.00 | Mengikuti FLEI Business Show 23rd Edition, menjadwalkan konten X dan tiktok untuk weekend, mengupload konten tiktok dan X, membuat script konten tiktok           |
| 13 | 4-8 November 2024                  | 09.00 - 17.00 | Membuat konten di Pasar Modern Panasonic Serpong, shooting konten tiktok di Mitra10                                                                               |





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

|    |                     |               |                                                                                                                                                                    |
|----|---------------------|---------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |                     |               | Kalimalang, upload tweet di X dan konten tiktok                                                                                                                    |
| 14 | 11-15 November 2024 | 09.00 - 17.00 | Mencari referensi artikel dan menulis artikel, membuat draft thread untuk X, upload thread di X, membuat script konten tiktok, upload thread di X dan video tiktok |
| 15 | 18-22 November 2024 | 09.00 - 17.00 | Menulis script tiktok, mencari referensi artikel, menulis artikel untuk website perusahaan, upload konten tiktok dan X                                             |
| 16 | 25-29 November 2024 | 09.00 - 17.00 | Meeting membahas konten untuk bulan depan dan menganalisis konten di bulan sebelumnya, upload konten tiktok dan X, mencari referensi artikel dan menulis artikel   |
| 17 | 1-6 Desember 2024   | 09.00 - 17.00 | Mengambil konten dan membantu ticketing pertandingan Persija di Stadion Pekansari, menghadiri undangan Seminar Digitalisasi Sistem Pembayaran dan Pembiayaan Usaha |

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**



## BAB IV PENUTUP

### 1.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengalaman magang yang telah dilakukan, penulis memperoleh wawasan dan pemahaman mendalam mengenai dunia kerja, khususnya dalam bidang pemasaran digital dan pengelolaan konten di PT Netzme Kreasi Indonesia. Penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Selama kegiatan magang yang berlangsung kurang lebih tiga bulan, penulis memiliki tanggung jawab utama dalam mengelola media sosial perusahaan, seperti TikTok dan Instagram. Penulis juga terlibat dalam membuat *copywriting*, menentukan strategi kampanye, dan menjadwalkan konten untuk berbagai platform digital. Selain itu, penulis berkontribusi dalam pembuatan artikel untuk situs web perusahaan serta mendukung kegiatan *Public Relations* (PR) dan hubungan korporasi, seperti pembuatan dokumen resmi dan menghadiri rapat dengan mitra bisnis.
- b. Dalam pelaksanaan tugas-tugas tersebut, penulis menemukan beberapa kendala dalam proses pembuatan konten, seperti keterlambatan pengerjaan konten oleh tim *Creative Design*, kurangnya komunikasi yang efektif antar tim, dan tantangan dalam menghadapi konten yang harus dikerjakan secara mendadak. Masalah ini menghambat kelancaran strategi pemasaran konten dan berpotensi memengaruhi citra perusahaan di mata audiens.
- c. Sebagai solusi, penulis menyusun Standar Operasional Prosedur (SOP) *Content Marketing* yang dirancang untuk mengatasi kendala tersebut. SOP ini memberikan pedoman terstruktur yang mencakup perencanaan, pemberian tugas, pengerjaan desain, evaluasi, hingga pengunggahan konten. Dengan SOP ini, setiap tim memiliki tanggung jawab yang jelas, waktu pengerjaan yang terjadwal, dan mekanisme komunikasi yang lebih baik. SOP ini diharapkan dapat mendukung efisiensi proses pembuatan

#### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

konten, meningkatkan kualitas kerja sama antar tim, dan memastikan konten mendukung strategi pemasaran perusahaan secara maksimal.







## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### 4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh, permasalahan dalam pembuatan konten di PT Netzme Kreasi Indonesia dapat diatasi melalui implementasi Standar Operasional Prosedur (SOP) *Content Marketing* yang dirancang secara sederhana namun efektif. SOP ini bertujuan untuk memberikan panduan yang jelas bagi tim *Marketing Communication* dan *Creative Design* dalam setiap tahapan pembuatan konten, mulai dari perencanaan hingga pengunggahan. Prosedur ini dirancang dengan alur kerja yang terstruktur dan tenggat waktu yang terjadwal, sehingga mudah diikuti oleh setiap anggota tim. Melalui SOP ini, setiap tim memiliki tanggung jawab yang jelas, komunikasi antar tim dapat ditingkatkan, dan keterlambatan dalam pembuatan konten dapat diminimalkan. Kejelasan prosedur juga memastikan bahwa konten yang dihasilkan berkualitas tinggi, sesuai dengan strategi pemasaran, dan dapat diunggah tepat waktu. Diharapkan dengan implementasi SOP ini, efisiensi proses pembuatan konten meningkat, kendala yang sebelumnya terjadi dapat diatasi, dan perusahaan dapat mencapai target pemasaran digitalnya secara lebih optimal. Hal ini tidak hanya mendukung keberhasilan kampanye pemasaran, tetapi juga memperkuat citra perusahaan di mata audiens.

POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA

#### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**DAFTAR PUSTAKA**

- Andriani, Y. A. (2019). Pengaruh penerapan SOP (Standard Operating Procedure) dan disiplin kerja terhadap kinerja tenaga kependidikan di STIKES Surya Mitra Husada Kediri. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*, 1(2), 1-10.  
<http://ojs.unikkediri.ac.id/index.php/jimek/article/view/317/246>
- Astuti, M., & Matondang, N. (2020). *Manajemen pemasaran: UMKM dan digital sosial media*. Deepublish.
- Decky Hendarsyah. (2020). Pemasaran digital dalam kewirausahaan. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 25-43.  
<https://ejournal.stiesyariah bengkalis.ac.id/index.php/igtishaduna/article/view/209>
- Fadli, Z., Sudiro, F., Rahmat, A., Santosa, A. D., Pasaribu, J. S., Octaviani, D. W., & Fitriana, S. (2023). *Manajemen pemasaran digital*. PT Global Eksekutif Teknologi.
- Fatimah Nur, Endah. (2015). *Strategi pintar menyusun SOP (Standard Operating Procedure)*. Penerbit Pustaka Baru Press.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). *Marketing 4.0*. (12th ed.). Jakarta: PT Gramedia.
- Mukti, T. C. (2017). Pengaruh standar operasional prosedur (SOP) pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *JMK*, 2(1), 14-26.  
<https://core.ac.uk/download/pdf/229210426.pdf>
- Nadiya Kumalasari Pranajaya, & Reza Saeful Rachman. (2022). Strategi komunikasi copywriter dalam pemasaran konten (Analisis studi kasus di Instagram Napak Jagat Pasundan). *Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi*, 3(2), 83-93.  
<https://jurnal.usbypkp.ac.id/index.php/buanakomunikasi/article/view/1685>



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia Nomor 35 Tahun 2012 Tentang Pedoman Penyusunan Standard Operasional Prosedur Administrasi Pemerintahan.

Rifka, R. N. (2017). Step by step: Lancar membuat SOP. Yogyakarta: Huta Publisher. ISBN 978-602-6475-20-6.

Rizal, A. (2020). Manajemen pemasaran di era masyarakat industri 4.0. Deepublish Publisher.

Rohmah, S., Sya'roni, M., Mufrihah, S., & Arafat, A. T. (2020). Media sosial sebagai sarana pemasaran konten edukasi Islami untuk masyarakat Semarang. Dimas: Jurnal Pemikiran Agama dan Pemberdayaan, 20(2). <https://journal.walisongo.ac.id/index.php/dimas/article/view/6712>

Sudirman, A., Wardhana, A., & Hartini. (2020). Manajemen pemasaran (Era revolusi industri 4.0). Media Sains Indonesia.

Wahyuningsih. (2020). Perilaku konsumen. Deepublish.

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**