

**PERANAN *CONTENT CREATOR* TERHADAP *SOCIAL MEDIA*
INSTAGRAM UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
DALAM *MENINGKATKAN BRAND ENGAGEMENT***



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

**Brigitta Vania Maharani
00000053755**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024**

**PERANAN *CONTENT CREATOR* TERHADAP *SOCIAL MEDIA*
INSTAGRAM UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
DALAM MENINGKATKAN *BRAND ENGAGEMENT***



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Manajemen (S.M)

Brigitta Vania Maharani
00000053755

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Brigitta Vania Maharani

Nomor Induk Mahasiswa : **00000053755**

Program studi : Manajemen

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

“Peranan *Content Creator* Terhadap *Social Media* Instagram Universitas Multimedia Nusantara Dalam Meningkatkan *Brand Engagement*”

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, 7 Juni 2024



Brigitta Vania Maharani

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan MBKM dengan judul

**PERANAN *CONTENT CREATOR* TERHADAP *SOCIAL MEDIA*
INSTAGRAM UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
DALAM MENINGKATKAN *BRAND ENGAGEMENT***

Oleh

Nama : Brigitta Vania Maharani
NIM : 00000053755
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk disajikan pada
Sidang Ujian Laporan MKBM Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 20 Mei 2024

Dosen Pembimbing



Dr. Wanda Gema P.A Hidayat, S.M.B., M.M.

NIDN : 0705069103

Kepala Program Studi Manajemen



Purnamaningsih. S.E.,M.S.M., C.BO.

NIDN : 0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul
**PERANAN *CONTENT CREATOR* TERHADAP *SOCIAL MEDIA*
INSTAGRAM UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA DALAM
MENINGKATKAN *BRAND ENGAGEMENT***

Oleh
Nama : Brigitta Vania Maharani
NIM : 00000053755
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Jumat, 7 Juni 2024

Pukul 16.00 s/d 17.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing



Dr. Wanda Gema P.A Hidayat, S.M.B., M.M.

NIDN : 0705069103

Penguji



Dr. Rajesh Prettypal Singh., S.S., M.M.

NIDN : 0430107605

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih., S.E., M.S.M., CBO.

NIDN : 0323047801

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Brigitta Vania Maharani

NIM : 00000053755

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

JenisKarya : Laporan MBKM

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Peranan *Content Creator* Terhadap *Social Media* Instagram Universitas Multimedia Nusantara Dalam Meningkatkan *Brand Engagement*”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalih media / format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan laporan MBKM saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 20 Mei 2024

Yang menyatakan,



Brigitta Vania Maharani

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang selalu mendampingi dan menyertai atas pernyataan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan program MBKM selama 640 jam atau 5 bulan dan dapat menuntaskan laporan kerja magang ini dengan judul “Peranan *Content Creator* Terhadap *Social Media* Instagram Universitas Multimedia Nusantara Dalam Meningkatkan *Brand Engagement*” sesuai yang diharapkan oleh penulis. Dengan pembuatan laporan magang ini, maka dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen Pada Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.

Sehingga dengan melakukan penulisan laporan magang ini, penulis akan mendapatkan pengalaman baru pada dunia kerja secara nyata yang akan dikaitkan dengan materi pembelajaran selama penulis mengikuti seluruh proses belajar di Program Studi Manajemen pada peminatan *Marketing* Universitas Multimedia Nusantara. Maka dari itu penulis akan menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Laporan kerja magang ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan Laporan kerja magang ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada beberapa pihak yang berperan besar bagi penulis:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono., M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ibu Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih., S.E., M.S.M., CBO., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Dr. Wanda Gema P.A Hidayat, SMB., MM., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk bimbingan atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Angeliqe Cahya Mutiara S.M, CBO, selaku *Social Media Officer Marketing Communication* Universitas Multimedia Nusantara dan

supervisi yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.

6. Kepada Universitas Multimedia Nusantara, yang telah memberikan kesempatan penulis untuk melaksanakan praktek kerja magang.
7. Kedua orang tua dan keluarga yang sampai saat ini memberikan dukungan, motivasi, doa dan memberikan kesabaran yang penuh sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan kerja magang ini sampai akhir.
8. Janese, Ivana, Beatrice, Jeremy, Seanna, Flavia, Alvin dan Dave sebagai rekan kerja serta Hero, Kerenhapukh, Grady, Michael, Veronica, Feli, Kenza, Michelle dan Enos sebagai teman yang baik selama proses magang berlangsung serta mendukung penulis dalam melaksanakan praktik kerja magang.
9. Seluruh rekan kerja pada Himpunan Mahasiswa Manajemen Gen 13 dan Gen 14 yang telah mendukung penulis dalam melaksanakan praktik kerja magang.
10. Seluruh karyawan *Marketing Communication* Universitas Multimedia Nusantara yang selalu mendukung penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan praktik kerja magang selama 640 jam.

Akhir kata, penulis berharap bahwa penulis mendapatkan pengalaman yang bermanfaat selama mengikuti program kerja magang dan Laporan kerja magang ini. Sehingga akan bermanfaat bagi para pembaca untuk mendapatkan pengetahuan secara langsung terkait dengan dunia *Marketing* atau pemasaran secara khusus pada dunia *Social Media Marketing*.

Tangerang, 20 Mei 2024



(Brigitta Vania Maharani)

PERANAN *CONTENT CREATOR* TERHADAP *SOCIAL MEDIA* INSTAGRAM UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA DALAM MENINGKATKAN *BRAND ENGAGEMENT*

Brigitta Vania Maharani

ABSTRAK

Perkembangan yang ada saat ini membuat semua hal berbagai aspek sangat dimudahkan dalam berbagai aspek. Perkembangan digitalisasi di Indonesia terlihat dalam pertumbuhan sektor media digital, hal ini bisa terlihat dalam pertumbuhan sektor media sangat berpengaruh terjadi di berbagai aspek seperti pada sektor ekonomi dan teknologi menjadi bagian dari strategi pemasyarakatan yang sekarang diimplementasikan, contohnya adalah *social media*. pemasaran melalui *social media* akan membutuhkan peranan yang penting dalam melakukan aktivitas pemasaran melalui peranan *content creator*. Institusi atau pendidikan tinggi lainnya yang memanfaatkan *platform* Instagram sebagai *social media marketing* yang bertujuan untuk memberikan informasi yaitu Universitas Multimedia Nusantara (UMN). Penulis melakukan proses *shooting, editing, approval, copywriting, editing cover reels*, melakukan *input google sheets content scheduling*, posting konten *Reels* Instagram Universitas Multimedia Nusantara. Bertujuan untuk konten yang akan diunggah pada *Reels* Instagram Universitas Multimedia Nusantara dengan bertujuan untuk Membantu untuk meningkatkan *brand engagement* Instagram UMN dengan pembuatan konten.

Kata kunci: *Social Media Marketing, Content Creator, Brand Engagement, Instagram*

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

***THE ROLE OF A SOCIAL MEDIA INSTAGRAM CONTENT
CREATOR IN INCREASING BRAND ENGAGEMENT IN
MULTIMEDIA NUSANTARA UNIVERSITY***

Brigitta Vania Maharani

ABSTRACT

Current developments make all various aspects very easy in various aspects. The development of digitalization in Indonesia can be seen in the growth of the digital media sector. This can be seen in the growth of the media sector which is very influential in various aspects such as the economic and technology sectors which are part of the social media strategy that is currently being implemented, for example social media. Marketing via social media will require an important role in carrying out marketing activities through the role of content creator. Another institution or higher education that uses the Instagram platform as marketing social media which aims to provide information is Multimedia Nusantara University (UMN). The author carried out the process of shooting, editing, approval, copywriting, editing cover reels, inputting Google Sheet content scheduling, posting Reels Instagram content at Multimedia Nusantara University. The aim is for content to be uploaded to Universitas Multimedia Nusantara's Instagram Reels with the aim of helping increase UMN Instagram brand engagement by creating content.

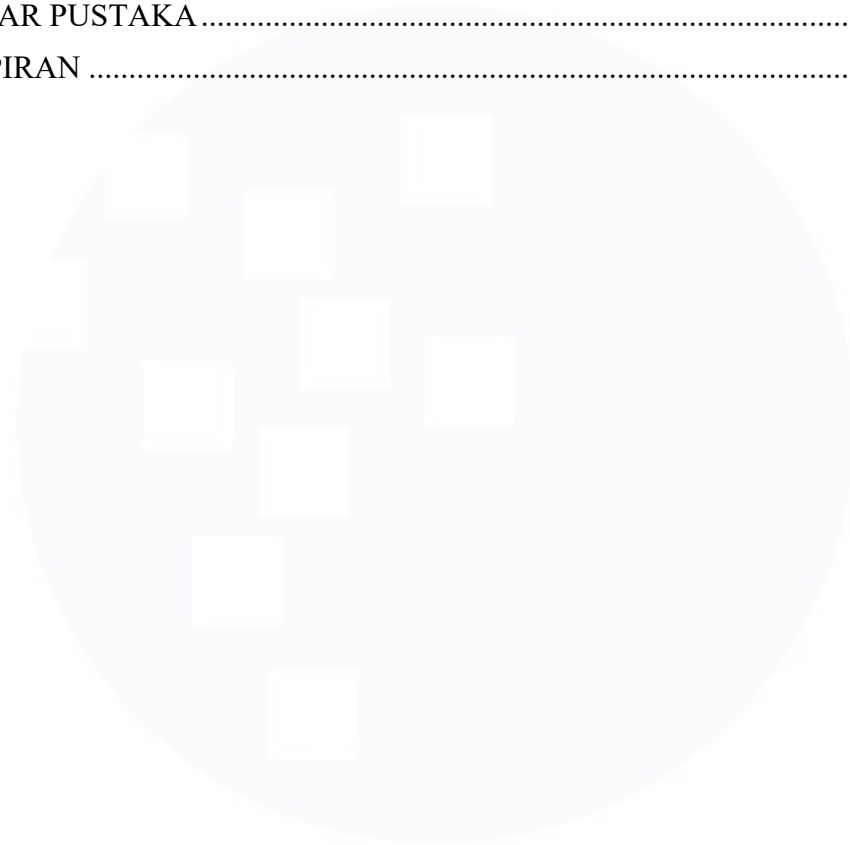
Keywords: *Social Media Marketing, Content Creator, Brand Engagement, Instagram*

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang	9
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	10
1.3.1. Waktu Kerja Magang.....	10
1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	10
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	14
2.1 Sejarah Singkat Perusahaann	14
2.2 Visi Misi Universitas Multimedia Nusantara	19
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	24
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	24
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	25
3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang.....	30
3.3.1 Proses Pelaksanaan	30
3.4 Kendala yang Ditemukan.....	53
3.5 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	55
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	57
4.1 Simpulan	57

4.2	Saran	59
DAFTAR PUSTAKA.....		61
LAMPIRAN		62



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Sosial Media Aktif di Indonesia Tahun 2023	1
Gambar 1. 2 Data Statistik Pengguna Instagram di Dunia Pada Tahun 2023	4
Gambar 1. 3 Top Website Januari 2023 Sumber	5
Gambar 1. 4 Perbandingan Instagram Reels Universitas Ciputra Surabaya dengan Universitas Multimedia Nusantara	6
Gambar 2. 1 Logo UMN.....	18
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Pimpinan Universitas Multimedia Nusantara...20	
Gambar 2. 3 Struktur Departemen Marketing & Business Development	21
Gambar 3. 1 Alur Kerja Magang Content Creator Instagram UMN 24	
Gambar 3. 2 Content Pillars Universitas Multimedia Nusantara.....	30
Gambar 3. 3 Analisis Followers Instagram	31
Gambar 3. 4 Analisis Followers Instagram	32
Gambar 3. 5 Analisis Followers Instagram	32
Gambar 3. 6 Analisis Followers Instagram	33
Gambar 3. 7 Aktivitas Update Plan Secara Rutin.....	34
Gambar 3. 8 Proses Shooting Konten Reels	36
Gambar 3. 9 Proses Editing Video Reels.....	37
Gambar 3. 10 Proses Approval Video	39
Gambar 3. 11 Input Copywriting Pada Google Sheets.....	40
Gambar 3. 12 Caption Reels Instagram UMN.....	41
Gambar 3. 13 Proses Edit Cover Reels Instagram UMN	42
Gambar 3. 14 Contoh Cover Reels Instagram UMN.....	43
Gambar 3. 15 Contoh Cover Reels Instagram UMN.....	44
Gambar 3. 16 Editorial Content Plan untuk Conteng Scheduling	45
Gambar 3. 17 Hasil Posting Konten Reels Pada Instagram UMN	46
Gambar 3. 18 Hasil Evaluation Reporting Performance Insight 2024	47
Gambar 3. 19 Contoh Melakukan Approach Kepada Dosen UMN	49
Gambar 3. 20 Approach Wisudawan XXV	52
Gambar 3. 21 Penulis Menjadi Co-Host Pada Konten YouTube	52
Gambar 3. 22 Mentor untuk Siswa Magang.....	53

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Uraian Pekerjaan Intensitas Rutin28
Tabel 3 2 Uraian Pekerjaan Intensitas Non-Rutin29



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 MBKM-01 <i>Cover Letter Internship Track 1</i>	62
Lampiran 2 Acceptance Letter dari Universitas Multimedia Nusantara	63
Lampiran 3 MBKM-02 Internship Track Card.....	64
Lampiran 4 MBKM-03 Daily Task Internship Track 1 Card.....	65
Lampiran 5 MBKM-04 Verification Form of Internship Report MBKM Internship Track 1	147
Lampiran 6 Form Bimbingan Internship Report	148
Lampiran 7 Curriculum Vitae (CV) yang digunakan	149
Lampiran 8 Hasil Cek Turnitin.....	151

