

**PERAN *CONTENT CREATOR* PADA
PT MIRANDA MODA INDONESIA**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

**Nadzwa Alfiya Fauza
00000056869**

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

**PERAN *CONTENT CREATOR* PADA
PT MIRANDA MODA INDONESIA**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Nadzwa Alfiya Fauza

00000056869

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Nadzwa Alfiya Fauza

Nomor Induk Mahasiswa : 00000056869

Program studi : Manajemen

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

“PERAN CONTENT CREATOR PADA PT. MIRANDA MODA INDONESIA”

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, 06 Juni 2024



(Nadzwa Alfiya Fauza)

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan MBKM dengan judul

“*PERAN CONTENT CREATOR* PADA PT MIRANDA MODA INDONESIA”

Oleh

Nama : Nadzwa Alfiya Fauza
NIM : 00000056869
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk disajikan pada
Sidang Ujian Magang Universitas Multimedia Nusantara

Dosen Pembimbing



Nosica Rizkalla. S.E., M.Sc.

NIDN : 0320089001

Kepala Program Studi Manajemen



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

NIDN : 0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul
“*PERAN CONTENT CREATOR PADA*
PT MIRANDA MODA INDONESIA”

Oleh

Nama : Nadzwa Alfiya Fauza
NIM : 00000056869
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Kamis, 06 Juni 2024
Pukul 15.00 s/d 16.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing



Nosisca Rizkalla, S.E., M. Sc.

0320089001

Penguji



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

0323047801

Ketua Program Studi Manajemen



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

0323047801

iii

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Nadzwa Alfiya Fauza

NIM : 00000056869

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Jenis Karya : 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:

“PERAN *CONTENT CREATOR* PADA PT MIRANDA MODA INDONESIA”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalty Non eksklusif ini Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalih media / format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir 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,



(Nadzwa Alfiya Fauza)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul: “PERAN *CONTENT CREATOR* PADA PT MIRANDA MODA INDONESIA” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Jurusan Manajemen Pada Fakultas 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. Dr. Ninok Leksono MA, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Florentina Kurniasari T., S. Sos., MBM, selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Purnamaningsih, S.E.,M.S.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Nosisca Riskalla. S.E., M. Sc., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Larassofi Iqlima, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Kepada Perusahaan PT. Miranda Moda Indonesia
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini..

Tangerang, 20 Mei 2024



(Nadzwa Alfiya Fauza)

PERAN *CONTENT CREATOR* PADA PT MIRANDA MODA INDONESIA

(Nadzwa Alfiya Fauza)

ABSTRAK

Di era digital saat ini, tren dunia bisnis terus bergeser ke arah digitalisasi, mengubah cara berkomunikasi dalam pemasaran dari konvensional menjadi *digital marketing*. Pemasaran melalui media sosial sangat efektif bagi pelaku bisnis untuk memasarkan produk atau layanan dengan biaya yang terjangkau. Salah satu strategi *digital marketing* yang populer adalah *content marketing*, dengan Instagram sebagai *platform* utama. *Content marketing* berperan dalam membangun customer engagement, yang merupakan proses untuk mengembangkan, memelihara, dan melindungi hubungan dengan konsumen melalui interaksi seperti *like*, komentar, *save*, dan *share*. Semakin tinggi tingkat *engagement*, semakin besar keterlibatan pelanggan dan kemungkinan produk diingat. *Content creator* memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan melalui konten digital yang menarik seperti gambar, video, atau tulisan. Dalam praktik kerja magang ini, penulis mendapat berbagai pengalaman yang berharga terkait pengetahuan dalam bidang pemasaran, serta pandangan mendalam tentang dunia profesional, khususnya dalam ranah industri fashion. Penulis juga berusaha untuk mengatasi kendala yang ditemukan dengan solusi yang efektif.

Kata Kunci : *Digital Marketing, Content Marketing, Customer Engagement*

THE ROLE OF CONTENT CREATOR AT

PT MIRANDA MODA INDONESIA

(Nadzwa Alfiya Fauza)

ABSTRACT (English)

In the current digital era, business world trends continue to shift towards digitalization, changing the way of communicating in marketing from conventional to digital marketing. Marketing via social media is very effective for business people to market products or services at affordable costs. One of the popular digital marketing strategies is content marketing, with Instagram as the main platform. Content marketing plays a role in building customer engagement, which is the process of developing, maintaining, and protecting relationships with consumers through interactions such as likes, comments, saves, and shares. The higher the level of engagement, the greater the customer involvement and the likelihood that the product will be remembered. Content creators have an important role in conveying messages through interesting digital content such as images, videos or writing. In this internship, the author gained various valuable experiences related to knowledge in the field of marketing, as well as an in-depth view of the professional world, especially in the realm of the fashion industry. The author also tries to overcome the obstacles found with effective solutions.

Keywords: *Digital Marketing, Content Marketing, Customer Engagement*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I :PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....	8
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	8
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang.....	8
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	9
BAB II :GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	11
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	11
2.1.1 Visi Perusahaan.....	16
2.1.1 Visi Perusahaan.....	16
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	17
BAB III : PELAKSANAAN KERJA MAGANG	19
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	19
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	21
3.2.1 Tugas yang Dilakukan.....	21
3.2.2 Uraian Kerja Magang.....	24
3.3 Kendala yang Ditemukan.....	47
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	49
BAB IV : SIMPULAN DAN SARAN	51
4.1 Simpulan.....	51
4.2 Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN	57

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Uraian Pekerjaan Utama.....	20
Tabel 3.2 Uraian Pekerjaan Tambahan.....	22

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Platform Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan.....	2
Gambar 1.2 Tujuan Content Marketing.....	4
Gambar 1.3 Data PDB Industri Tekstil dan Pakaian Jadi Indonesia.....	5
Gambar 2.1 Logo RiaMiranda.....	11
Gambar 2.2 Akun Instagram @inforiamiranda.....	12
Gambar 2.3 Akun Instagram @riamirandasignature.....	12
Gambar 2.4 Logo PT. Miranda Moda Indonesia.....	13
Gambar 2.5 Official Store RiaMiranda di seluruh Indonesia.....	13
Gambar 2.6 Struktur organisasi PT. Miranda Moda Indonesia.....	17
Gambar 2.7 Struktur departemen Business Support PT. Miranda Moda Indonesia.....	17
Gambar 3.1 Struktur Organisasi divisi HR People & Culture PT. Miranda Moda Indonesia.....	19
Gambar 3.2 Akun Instagram @riamirandateam.....	20
Gambar 3.3 Akun Instagram @inforiamiranda.....	20
Gambar 3.4 Proses Content Marketing.....	25
Gambar 3.5 Sheets Idea Generation Instagram @riamirandateam.....	26
Gambar 3.6 Content Plan Instagram @riamirandateam.....	27
Gambar 3.7 Contoh script konten.....	28
Gambar 3.8 Hasil konten educate untuk reels Instagram @riamirandateam.....	29
Gambar 3.9 Hasil konten educate untuk reels Instagram @riamirandateam.....	30
Gambar 3.10 Hasil konten real-time untuk story Instagram @riamirandateam.....	31
Gambar 3.11 Hasil konten real-time untuk story Instagram @riamirandateam selama acara Employee Gathering 2024.....	32
Gambar 3.12 Tampilan aplikasi CapCut.....	33
Gambar 3.13 Tampilan Google Drive untuk konten IG Reels.....	34
Gambar 3.14 Tampilan aplikasi Canva Pro.....	35

Gambar 3.15 Hasil konten inspire untuk feeds Instagram @riamirandateam.....	36
Gambar 3.16 Tampilan saat ingin mempublikasikan konten ke Instagram @riamirandateam.....	37
Gambar 3.17 Tampilan saat menggunakan fitur schedule di Instagram.....	37
Gambar 3.18 Hasil konten Instagram @riamirandateam.....	38
Gambar 3.19 Contoh insight salah satu konten Instagram @riamirandateam.....	39
Gambar 3.20 INTERLIN bulan Januari & Februari 2024.....	40
Gambar 3.21 Shooting Raya Collection 2024.....	41
Gambar 3.22 Shooting Summer Collection 2024.....	41
Gambar 3.23 Shooting Cloverm Collection 2024.....	42
Gambar 3.24 Shooting RiaMiranda X Garuda Indonesia.....	42
Gambar 3.25 Hasil Creative Content Instagram @inforiamiranda.....	43
Gambar 3.26 Hasil konten penulis sebagai talent.....	44
Gambar 3.27 Hasil konten saat event SELAYAR Private Preview Collection.....	45
Gambar 3.28 Hasil konten saat event Launching “RiaMiranda for Giordano”.....	46
Gambar 3.29 Hasil copywriting caption untuk instagram @inforiamiranda.....	47

DAFTAR LAMPIRAN

A. Surat Pengantar MBKM - MBKM 01.....	57
B. Kartu MBKM - MBKM 02.....	58
C. Daily Task MBKM - MBKM 03.....	59
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan - MBKM 04.....	73
E. Surat Penerimaan MBKM (LoA).....	74
F. Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin.....	75
E. Semua hasil karya.....	76