

**AKTIVITAS CONTENT CREATOR DALAM PEMBUATAN  
KONTEN TIKTOK DI PT MEDIA MAHAKARYA  
(SENSE INDONESIA)**



**LAPORAN MAGANG**

**William Fernando**

**0000056928**

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

**AKTIVITAS CONTENT CREATOR DALAM PEMBUATAN  
KONTEN TIKTOK DI PT MEDIA MAHAKARYA  
(SENSE INDONESIA)**



**LAPORAN MAGANG**

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

**William Fernando**

**0000056928**

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

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : William Fernando

Nomor Induk Mahasiswa : 00000056928

Program Studi : Manajemen

Jenjang : S1

Laporan Magang dengan judul:

**AKTIVITAS CONTENT CREATOR DALAM PEMBUATAN KONTEN  
TIKTOK DI PT MEDIA MAHAKARYA  
(SENSE INDONESIA)**

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan magang 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 magang maupun dalam penulisan laporan magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 18 Mei 2024



(William Fernando)

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan MBKM dengan judul  
**AKTIVITAS CONTENT CREATOR DALAM PEMBUATAN  
KONTEN TIKTOK DI PT MEDIA MAHAKARYA  
(SENSE INDONESIA)**

oleh

Nama : William Fernando  
NIM : 00000056928  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada  
Sidang Ujian Laporan MBKM Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 18 Mei 2024

Pembimbing



Boby Arinto, S.E. M.M.

NIDN: 0323057005

Ketua Program Studi Manajemen



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

NIDN : 0323047801

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul

### **AKTIVITAS CONTENT CREATOR DALAM PEMBUATAN KONTEN TIKTOK DI PT MEDIA MAHAKARYA (SENSE INDONESIA)**

Oleh

Nama : William Fernando  
NIM : 00000056928  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Rabu, 06 Juni 2024  
Pukul 14.00 s.d 15.00 dan dinyatakan  
**LULUS**

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing



Boby Arinto, S.E. M.M.  
NIDN: 0323057005

Penguji



Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par., M.M., CSCP  
NIDN: 0312087404

Ketua Program Studi Manajemen Bisnis



Purnamaningsih., S.E., M.S.M., CBO  
NIDN: 0323047801

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

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : William Fernando

NIM : 00000056928

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Jenis Karya : Laporan Magang

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

### **AKTIVITAS CONTENT CREATOR DALAM PEMBUATAN KONTEN TIKTOK DI PT MEDIA MAHAKARYA (SENSE INDONESIA)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan laporan magang saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 18 Mei 2024

Yang menyatakan,



(William Fernando)

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan anugerahnya sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan Laporan Magang ini dengan judul “AKTIVITAS CONTENT CREATOR DALAM PEMBUATAN KONTEN TIKTOK DI PT MEDIA MAHAKARYA (SENSE INDONESIA)” Dengan laporan ini dilakukan dengan tujuan memenuhi salah satu syarat kelulusan mencapai gelar sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, apabila tanpa adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, materi pembelajaran perkuliahan, kerja magang dan sampai penyusunan laporan tugas akhir magang ini. Sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan tugas laporan magang ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Purnamaningsih., S.E., M.S.M., CBO., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par., M.M., CSCP., selaku Dosen Penguji yang telah menguji, dan meluluskan penulis dalam penulisan laporan magang.
5. Bobby Arinto., S.E., sebagai Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan magang ini.
6. Natalia Haman selaku direktur perusahaan Media Mahakarya (Sense Indonesia) yang telah menerima penulis dan membimbing selama kerja magang.
7. Muhammad Satrio Pujarama dan Nathania Aviandra, selaku *supervisor* TikTok manager yang telah membantu, mengarahkan, membimbing dan memotivasi selama proses kerja magang di Sense Indonesia.

8. Raymond Tjiwidjaja dan teman-teman Sense Indonesia yang telah membantu terkait dalam proses kerja magang dalam melaksanakan kerja magang.
9. Keluarga, kerabat, teman-teman Himpunan Mahasiswa Manajemen Universitas Multimedia Nusantara Generasi 13 dan teman-teman UMN Documentation Generasi 7 yang telah memberikan semangat, motivasi dan dukungan moral atas selesainya proses magang dan laporan MBKM ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat berguna dan membantu bagi pembaca dan mahasiswa semester akhir yang juga akan menjalani program magang di Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 18 Mei 2024



(William Fernando)

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



**AKTIVITAS CONTENT CREATOR DALAM PEMBUATAN KONTEN  
TIKTOK DI PT MEDIA MAHAKARYA  
(SENSE INDONESIA)**

William Fernando

**ABSTRAK**

Media sosial merupakan platform digital yang digunakan untuk berkomunikasi, mencari informasi dan hiburan. Terdapat fenomena penggunaan internet dan media sosial berkembang sangat pesat di Indonesia. Dengan besarnya pengguna media sosial di Indonesia sehingga banyak *brand* atau perusahaan yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana media promosi. Maka, diperlukan manajemen mengelola media sosial untuk *brand* dalam membuat konten yang menarik dan aktif di media sosial yang dapat meningkatkan *brand awareness* kepada audiens lebih luas melalui media sosial. PT Media Mahakarya (Sense Indonesia) adalah perusahaan creative agency yang menawarkan berbagai layanan marketing, seperti manajemen sosial media untuk platform Instagram dan TikTok dalam membantu *brand* untuk membuat konten. TikTok merupakan platform digital untuk video pendek dimana pengguna menghabiskan Sebagian waktu untuk mencari hiburan dari konten video di TikTok. Sehingga *brand* dapat menggunakan platform TikTok untuk mempromosikan layanan dan produk yang ditawarkan melalui konten video. Penulis telah menjalani proses kerja magang sebagai *content creator* dalam media sosial spesialis TikTok selama 4 bulan. Dalam proses kerja untuk membuat konten, mulai dari Ide konten brief, produksi konten (merekam dan edit), eksekusi (posting di media sosial TikTok) dan laporan bulanan hasil pembuatan konten setiap bulan. Selama kerja magang penulis telah mendapatkan ilmu dan pengalaman yang sangat bermanfaat untuk pengembangan diri.

**Kata kunci:** Media Sosial, TikTok, Konten Video, Sense Indonesia

[Click here to enter text.](#)

## **CONTENT CREATOR ACTIVITIES IN CREATING TIKTOK CONTENT AT PT MEDIA MAHAKARYA (INDONESIAN SENSE)**

William Fernando

### ***ABSTRACT (English)***

Social media is a digital platform used to communicate, search for information and entertainment. There is a phenomenon of internet and social media use that is growing very rapidly in Indonesia. With the large number of social media users in Indonesia, many *brands* or companies use social media as a means of promotional media. Therefore, social media management is needed for *brands* to create interesting and active content on social media which can increase *brand* awareness to a wider audience through social media. PT Media Mahakarya (Sense Indonesia) is a creative agency company that offers various marketing services, such as social media management for the Instagram and TikTok platforms in helping *brands* to create content. TikTok is a digital platform for short videos where users spend most of their time looking for entertainment from video content on TikTok. So *brands* can use the TikTok platform to promote the services and products offered through video content. The author has undergone an internship process as a content creator in specialist social media TikTok for 4 months. In the work process for creating content, starting from brief content ideas, content production (recording and editing), execution (posting on TikTok social media) and monthly reports on the results of content creation every month. During the internship, the author has gained knowledge and experience which is very useful for self-development.

***Keywords:*** *Social Media, TikTok, Video Content, Indonesian Sense*

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| <b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</b> .....                                      | ii   |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....   | iii  |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....  | iv   |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b> ..... | v    |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....  | vi   |
| <b>ABSTRAK</b> .....   | viii |
| <i>ABSTRACT (English)</i> .....  | ix   |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....  | x    |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....   | xii  |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....  | xiv  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....   | xv   |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....   | 1    |
| <b>1.1 Latar Belakang</b> .....  | 1    |
| <b>1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang</b> .....                                    | 6    |
| <b>1.3 Deskripsi Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang</b> .....             | 7    |
| <b>BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b> .....                                       | 10   |
| <b>2.1 Deskripsi Perusahaan</b> .....  | 10   |
| <b>2.1.1 Visi Misi</b> .....   | 14   |
| <b>2.1.1.1 Visi</b> .....  | 14   |
| <b>2.1.1.2 Misi</b> .....  | 14   |
| <b>2.2 Struktur Organisasi Perusahaan</b> .....                                    | 14   |
| <b>2.3 Portfolio Perusahaan</b> .....  | 17   |
| <b>BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG</b> .....                                      | 31   |
| <b>3.1 Kedudukan dan Koordinasi</b> .....  | 31   |
| <b>3.2 Tugas yang Dilakukan</b> .....  | 34   |
| <b>3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang</b> .....                                   | 37   |
| <b>3.2.2 Uraian Kerja Magang</b> .....   | 37   |
| <b>3.2.2.1 Concept Ideation</b> .....  | 38   |
| <b>3.2.2.1.1 Kayana Green Hills</b> .....  | 39   |

|  |      |
|--|------|
| 3.2.2.2.2 FreshCo.....                       | 46   |
| 3.2.2.2.3 Children Learning Chinese.....     | 53   |
| 3.2.2.2 Production.....                      | 56   |
| 3.2.2.2.1 Kayana Green Hills .....           | 57   |
| 3.2.2.2.2 FreshCo .....                      | 60   |
| 3.2.2.2.3 Children Learning Chinese .....    | 63   |
| 3.2.2.3 Execution.....                       | 66   |
| 3.2.2.3.1 Kayana Green Hills .....           | 67   |
| 3.2.2.3.2 FreshCo .....                      | 70   |
| 3.2.2.3 Reporting .....                      | 74   |
| 3.4 Pekerjaan Tambahan.....                  | 77   |
| 3.5 Kendala yang Ditemukan .....             | 79   |
| 3.6 Solusi atas Kendala yang Ditemukan ..... | 80   |
| <b>BAB IV PENUTUP</b> .....                  | 81   |
| 4.1 Kesimpulan .....                         | 81   |
| 4.2 Saran.....                               | 82   |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....                  | xiii |
| <b>LAMPIRAN</b> .....                        | xv   |



## DAFTAR GAMBAR

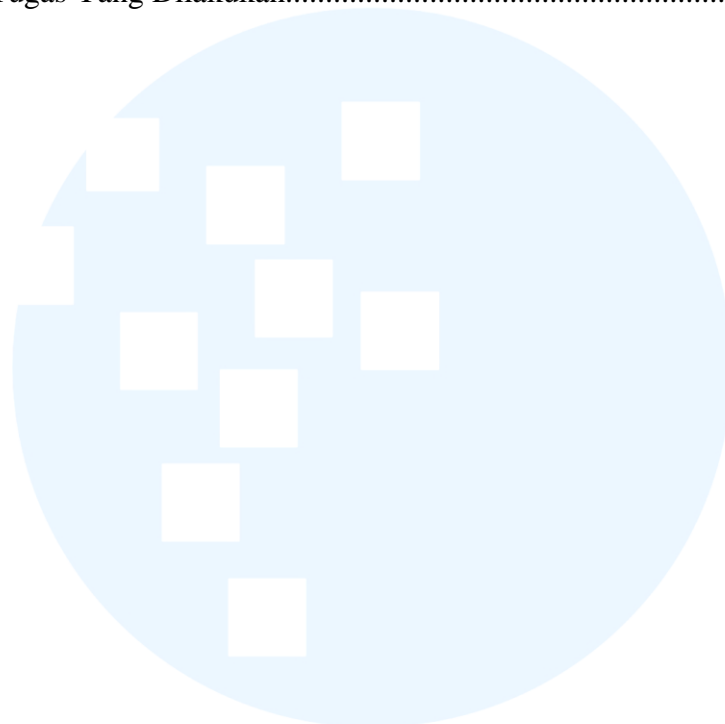
|   |    |
|---|----|
| Gambar 1.1 Perkembangan Pengguna Media Sosial Di Indonesia.....                             | 1  |
| Gambar 1.2 Data Pengguna Internet dan Media Sosial Di Indonesia Tahun 2024. 2               |    |
| Gambar 1.3 Pengguna Terbanyak Platform Media Sosial.....                                    | 3  |
| Gambar 1.4 Jumlah Waktu Masyarakat Indonesia Dalam Menggunakan Media<br>Sosial.....         | 4  |
| <br>  |    |
| Gambar 2.1 Website Sense Indonesia.....   | 10 |
| Gambar 2.2 Logo Sense Indonesia.....  | 11 |
| Gambar 2.3 Struktur Organisasi Sense Indonesia April 2024.....                              | 14 |
| Gambar 2.4 Portofolio Brand Sense Indonesia.....  | 18 |
| Gambar 2.5 Logo The Patriot Barbershop.....   | 19 |
| Gambar 2.6 Logo Wang Shan.....  | 20 |
| Gambar 2.7 Logo Indofresh.....  | 21 |
| Gambar 2.8 Logo FreshCo.....  | 22 |
| Gambar 2.9 Logo Rosida Raincoat.....  | 23 |
| Gambar 2.10 Logo Laverland.....   | 24 |
| Gambar 2.11 Logo Dlook Beauty Bar.....  | 25 |
| Gambar 2.12 Logo Takayama.....  | 26 |
| Gambar 2.13 Logo K Nana Beauty Clinic.....  | 27 |
| Gambar 2.14 Logo Kayana Green Hills.....  | 28 |
| Gambar 2.15 Logo Children Learning Chinese.....   | 29 |
| Gambar 2.16 Logo Sania Royale.....  | 30 |
| <br>  |    |
| Gambar 3.1 Struktur Kedudukan dan Koordinasi Penulis di Sense Indonesia, April<br>2024..... | 31 |
| Gambar 3.2 Koordinasi Proses Kerja Penulis.....   | 32 |
| Gambar 3.3 Content Brief Kayana Green Hills.....  | 40 |
| Gambar 3.4 Content Brief Kayana Green Hills.....  | 41 |
| Gambar 3.5 Content Brief Kayana Green Hills.....  | 43 |
| Gambar 3.6 Content Brief Kayana Green Hills.....  | 44 |
| Gambar 3.7 Approval Content Brief Kayana Green Hills.....                                   | 45 |
| Gambar 3.8 Approval Content Brief Kayana Green Hills.....                                   | 45 |
| Gambar 3.9 Content Brief FreshCo.....   | 47 |
| Gambar 3.10 Content Brief FreshCo.....  | 48 |
| Gambar 3.11 Content Brief FreshCo.....  | 50 |
| Gambar 3.12 Content Brief FreshCo.....  | 51 |
| Gambar 3.13 Approval Content Brief FreshCo.....   | 52 |
| Gambar 3.14 Approval Content Brief FreshCo.....   | 52 |
| Gambar 3.15 Content Brief Children Learning Chinese.....                                    | 54 |

|   |    |
|---|----|
| Gambar 3.16 Content Brief Children Learning Chinese.....                  | 55 |
| Gambar 3.17 Content Brief Children Learning Chinese.....                  | 56 |
| Gambar 3.18 Proses Editing Konten Kayana Green Hills.....                 | 58 |
| Gambar 3.19 Preview Internal Konten Kayana Green.....                     | 59 |
| Gambar 3.20 Preview Konten Ke Client.....                                 | 59 |
| Gambar 3.21 Proses Editing Konten FreshCo.....                            | 61 |
| Gambar 3.22 Preview Internal Konten Video FreshCo.....                    | 62 |
| Gambar 3.23 Preview Video Konten Ke Klien.....                            | 62 |
| Gambar 3.24 Proses Editing Konten CLC.....                                | 64 |
| Gambar 3.25 Preview Internal Konten Video CLC.....                        | 65 |
| Gambar 3.26 Preview Konten Video Klien.....                               | 65 |
| Gambar 3.27 Akun Sosial Media Kayana Green Hills.....                     | 67 |
| Gambar 3.28 Postingan Konten Video TikTok Kayana Green Hills.....         | 68 |
| Gambar 3.29 Postingan Konten Reels Instagram Kayana Green Hills.....      | 68 |
| Gambar 3.30 Cover Video Kayana Green Hills.....                           | 69 |
| Gambar 3.31 Keseluruhan Postingan Video Kayana Green Hills Di TikTok..... | 69 |
| Gambar 3.32 Akun Media Sosial FreshCo.....                                | 70 |
| Gambar 3.33 Postingan Konten Video TikTok FreshCo.....                    | 71 |
| Gambar 3.34 Postingan Konten Reels Instagram TikTok FreshCo.....          | 71 |
| Gambar 3.35 Cover Video FreshCo.....                                      | 72 |
| Gambar 3.36 Keseluruhan Postingan Video FreshCo Di TikTok.....            | 73 |
| Gambar 3.37 Report Bulanan TikTok.....                                    | 74 |
| Gambar 3.38 Report Bulanan TikTok.....                                    | 75 |
| Gambar 3.39 Report Bulanan TikTok.....                                    | 75 |
| Gambar 3.40 Report Bulanan TikTok.....                                    | 76 |
| Gambar 3.41 Report Bulanan TikTok.....                                    | 76 |
| Gambar 3.42 Photoshoot Penulis.....                                       | 77 |
| Gambar 3.43 Penulis Menjadi Talent Video.....                             | 78 |



## DAFTAR TABEL

|                                      |    |
|--------------------------------------|----|
| Tabel 3. 1 Tugas Yang Dilakukan..... | 35 |
|--------------------------------------|----|



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR LAMPIRAN

|  |        |
|--|--------|
| Lampiran B Surat Pengantar MBKM 01 .....               | xv     |
| Lampiran C Kartu MBKM 02.....                          | xvi    |
| Lampiran D Daily Task MBKM 03 .....                    | xvii   |
| Lampiran E Lembar Verifikasi Laporan MBKM 04 .....     | xxix   |
| Lampiran F Surat Penerimaan Magang.....                | xxx    |
| Lampiran G Bimbingan Internship Report .....           | xxxii  |
| Lampiran H Pengecekan Hasil Turnitin.....              | xxxii  |
| Lampiran I Semua Hasil Karya Tugas Selama Magang ..... | xxxv   |
| Lampiran J Dokumentasi Penulis.....                    | xxxvii |

