

**AKTIVITAS CONTENT CREATOR DI PT MITRA DECA  
NUSANTARA**



**LAPORAN MAGANG**

**NATASHA TERRA**

**00000053747**

**UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

**AKTIVITAS CONTENT CREATOR DI PT MITRA DECA  
NUSANTARA**



**LAPORAN MAGANG**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

**NATASHA TERRA**

**0000053747**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini penulis,

Nama : Natasha Terra

Nomor Induk Mahasiswa : 00000053747

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

### **AKTIVITAS CONTENT CREATOR DI PT MITRA DECA NUSANTARA**

merupakan hasil karya penulis sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah penulis nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, penulis bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Program Magang yang telah penulis tempuh.

Tangerang, 13 Juni 2024

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



Handwritten signature of Natasha Terra in black ink.

(Natasha Terra)

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul  
**AKTIVITAS CONTENT CREATOR DI PT MITRA DECA NUSANTARA**

Oleh

Nama : Natasha Terra  
NIM : 00000053747  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa 25 Juni 2024  
Pukul 09.00 s.d 10.00 dan dinyatakan  
LULUS  
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

**Irwan Fakhruddin, S.Sn, M.I. Kom**  
NIDN 0331077503

**Hanif Suranto, S.sos., M.Si.**  
NIDN 0306027102

Pembimbing

**Irwan Fakhruddin, S.Sn, M.I. Kom**  
NIDN 0331077503

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi

**Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.**  
NIDN 0304078404

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

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

Nama : Natasha Terra  
NIM : 00000053747  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Jenis Karya Ilmiah : Laporan Magang

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

### **AKTIVITAS CONTENT CREATOR DI PT MITRA DECA NUSANTARA**

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 tugas akhir penulis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini penulis buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 13 Juni 2024

Yang menyatakan,  
Natasha Terra



## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul: “ Aktivitas Content Creator di PT Mitra Deca Nusantara dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan magang ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, M.A. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Andrey Andoko, M.Sc., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Irwan Fakhruddin, S.Sn, M.I.Kom sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Kepada perusahaan PT Mitra Deca Nusantara.
6. Steffie Wijaya selaku pembimbing penulis dalam melaksanakan praktik kerja magang.

Semoga laporan magang ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi kedepannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 13 Juni 2024



Natasha Terra

## AKTIVITAS CONTENT CREATOR DI PT MITRA DECA NUSANTARA

Natasha Terra

### ABSTRAK

Banyak perusahaan yang bergerak pada industri kecantikan lokal yang lahir di Indonesia pada beberapa tahun terakhir. Masyarakat, terkhususnya para perempuan di Indonesia memiliki ketertarikan yang tinggi terhadap dunia kecantikan. Dengan keinginan untuk tampil lebih menarik maka produk kecantikan menjadi salah satu produk yang populer di Indonesia. Masyarakat Indonesia kini sedang berada pada arus pertumbuhan teknologi yang pesat. Teknologi sudah menjadi bagian dalam hidup masyarakat. Salah satu teknologi yang gemar digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah media sosial. Media sosial awalnya bertujuan sebagai sarana sosialisasi antar individu tanpa batasan jarak dan waktu. Tetapi seiring berjalannya waktu kini media sosial dapat digunakan untuk pendekatan pemasaran sebuah perusahaan. PT Mitra Deca Nusantara merupakan sebuah perusahaan yang bergerak pada industri kecantikan yang menaungi 9 merek. Setiap merek dalam perusahaan ini memiliki akun media sosial sebagai sarana pemasaran mereka. Dalam pengolahan media sosial, seorang *content creator* berperan penting dalam perencanaan, pembuatan, hingga pengunggahan konten di media sosial. *Content creator* memiliki peran yang penting bagi sebuah brand / perusahaan di era modern yang serba digital ini. Laporan magang ini akan menjelaskan secara rinci mengenai pelaksanaan kerja magang yang dilakukan selama 4 bulan pada PT Mitra Deca Nusantara. Dalam aktivitasnya penulis memiliki banyak pembelajaran dan pengalaman yang berguna bagi masa depan penulis selama melakukan praktik kerja magang di PT Mitra Deca Nusantara.

**Kata kunci:** Industri Kecantikan, Media Sosial, *Content Creator*

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# CONTENT CREATOR ACTIVITIES AT PT MITRA DECA NUSANTARA

Student's Full Name

## ***ABSTRACT***

*Many companies in the local beauty industry have emerged in Indonesia in recent years. The public, especially women in Indonesia, have a high interest in the world of beauty. With the desire to appear more attractive, beauty products have become one of the most popular products in Indonesia. Indonesian society is currently experiencing rapid technological growth. Technology has become an integral part of people's lives. One of the technologies that is widely used by Indonesians is social media. Initially, social media was intended as a means of socializing between individuals without the limitations of distance and time. However, over time, social media can now be used for a company's marketing approach. PT Mitra Deca Nusantara is a company in the beauty industry that oversees nine brands. Each brand within this company has a social media account as a marketing tool. In managing social media, a content creator plays an important role in planning, creating, and uploading content on social media. Content creators play a crucial role for a brand or company in this modern digital era. This internship report will provide a detailed explanation of the internship activities carried out over four months at PT Mitra Deca Nusantara. During these activities, the writer gained a lot of useful learning and experience for the future while conducting an internship at PT Mitra Deca Nusantara.*

**Keywords:** *Beauty Industry, Social Media, Content Creator*

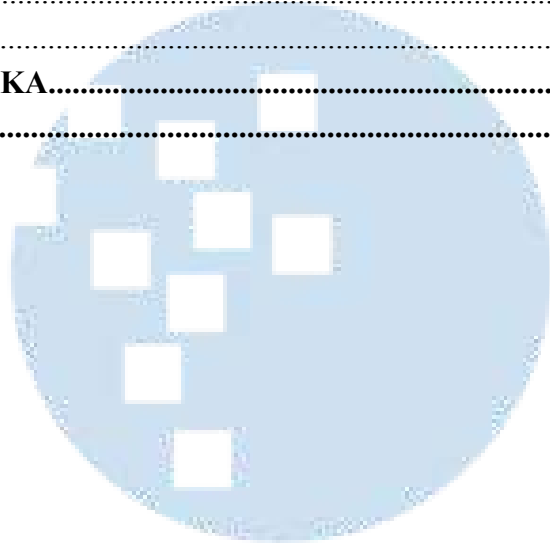
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</b> .....	2
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	3
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	4
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b> .....	5
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	6
<b>ABSTRAK</b> .....	7
<b>ABSTRACT</b> .....	8
<b>DAFTAR ISI</b> .....	9
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	11
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	12
<b>BAB I</b>	
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....	6
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	7
<b>BAB II</b>	
<b>GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN</b> .....	10
2.1 Tentang PT Mitra Deca Nusantara (Deca Group).....	10
2.2 Visi Misi PT Mitra Deca Nusantara.....	17
2.3 Nilai-Nilai PT Mitra Deca Nusantara.....	17
2.4 Struktur Perusahaan PT Mitra Deca Nusantara.....	17
2.5 Business Model Canvas PT Mitra Deca Nusantara.....	20
<b>BAB III</b>	
<b>PELAKSANAAN KERJA MAGANG</b> .....	25
3.1 Kedudukan dan Koordinasi dalam Kerja Magang.....	25
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	25
3.2.1 Tugas Kerja Magang.....	26
3.2.2 Uraian Pekerjaan Magang.....	29
1. Menetapkan Tujuan Konten.....	30
2. Pemahaman Audiens.....	30
3. Ideasi dan Brainstorming.....	31
4. Perencanaan Konten.....	33
5. Pembuatan Konten dan Distribusi.....	38
a. Daily Interaction Post.....	39
b. Daily Content.....	46
c. Live.....	55

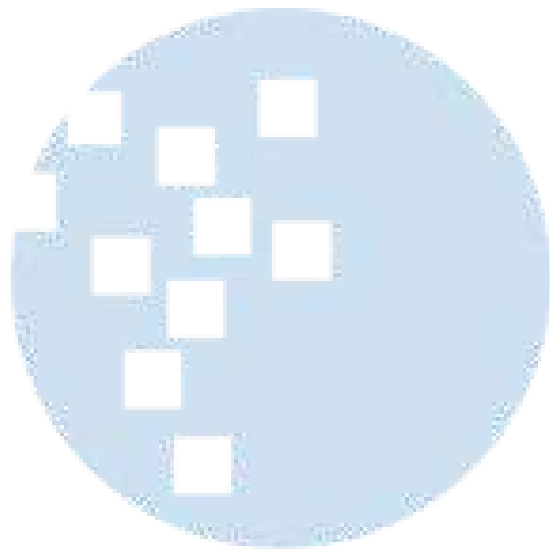
d. Giveaway.....	59
6. Evaluasi dan Pengukuran Kerja.....	66
7. Perbaikan.....	68
3.2.3 Kendala Utama.....	69
3.2.4 Solusi.....	70
<b>BAB IV</b>	
<b>SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>72</b>
4.1 Simpulan.....	72
4.2. Saran.....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>77</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>79</b>



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Timeline pelaksanaan proses kerja magang..... 29



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pendapatan yang Diperoleh dari Pasar Kosmetik di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Jumlah Pengguna Media Sosial di Seluruh Dunia (Januari 2013 - Januari 2023).....	4
Gambar 1.3 Data (Tren) Pengguna Internet dan Media sosial di Indonesia Tahun 2023.....	5
Gambar 2.1 Logo Deca Group.....	10
Gambar 2.2 Logo Everwhite.....	11
Gambar 2.3 Logo Everfit.....	12
Gambar 2.4 Logo Everpure.....	13
Gambar 2.5 Logo Whitelab.....	13
Gambar 2.6 Logo Trueve.....	14
Gambar 2.7 Logo Whitestory.....	14
Gambar 2.8 Logo Bonavie.....	15
Gambar 2.9 Logo Goute.....	15
Gambar 2.10 Logo Evermom.....	16
Gambar 2.11 Struktur Perusahaan PT Mitra Deca Nusantara.....	18
Gambar 2.12 Business Model Canvas PT Mitra Deca Nusantara.....	22
Gambar 3.1 Struktur Organisasi pada brand Everfit & Everwhite.....	25
Gambar 3.2 Hasil editorial plan yang penulis buat untuk Instagram Feeds Everfit bulan Februari.....	34
Gambar 3.3 Hasil editorial plan yang penulis buat untuk Instagram Feeds Everfit bulan Maret.....	35
Gambar 3.4 Hasil editorial plan yang penulis buat untuk Instagram Feeds Everfit bulan April.....	35
Gambar 3.5 Hasil content calendar yang penulis dan user campaign strategist Everwhite buat dari bulan Maret - Mei 2024 untuk Video Tiktok.....	36
Gambar 3.6 Hasil ideation yang penulis dan user campaign strategist Everwhite buat dari bulan Maret - Mei 2024 untuk Video Tiktok.....	37
Gambar 3.7 Bukti unggahan instagram story di instagram Everfit.....	41
Gambar 3.8 Data engagement tertinggi instagram story Everfit selama bulan Januari - Maret.....	41
Gambar 3.9 Bukti instagram story di instagram Everwhite.....	42
Gambar 3.10 Data engagement tertinggi instagram story Everwhite selama bulan April - Mei.....	43
Gambar 3.11 Bukti unggahan Twitter setiap harinya di Twitter Everfit.....	45
Gambar 3.12 Bukti unggahan Twitter setiap harinya di Twitter Everwhite.....	45

Gambar 3.13 Bukti unggahan Threads setiap harinya di Threads Everwhite.....	46
Gambar 3.14 Bukti Daily Content yang penulis buat untuk TikTok Everfit:.....	50
Gambar 3.15 Bukti komunikasi antara penulis, user campaign , head user campaign, user content creator, dan head user content creator ketika membahas mengenai daily content untuk Tiktok Everfit:.....	51
Gambar 3.16 Bukti daily content yang penulis buat untuk Tiktok Everwhite:.....	51
Gambar 3.17 Bukti komunikasi antara penulis, user campaign , head user campaign, user content creator, dan head user content creator ketika membahas mengenai daily content untuk Tiktok Everwhite:.....	52
Gambar 3.18 Bukti unggahan yang penulis lakukan untuk Youtube Shorts Everfit:..	53
Gambar 3.19 Bukti unggahan yang penulis lakukan untuk Youtube Shorts Everwhite.....	54
Gambar 3.20 Bukti pekerjaan penulis untuk Request Ads dan bukti asistensi penulis dengan user content creator.....	55
Gambar 3.21 Bukti kegiatan Live yang penulis lakukan di akun media sosial Instagram Everfit.....	58
Gambar 3.22 Bukti kegiatan Live yang penulis lakukan di akun media sosial Instagram Everwhite.....	58
Gambar 3.23 Bukti kegiatan Live dengan Fitbuddy yang penulis lakukan di akun media sosial Instagram Everfit.....	59
Gambar 3.24 Bukti Giveaway di Live Instagram Everfit.....	62
Gambar 3.25 Bukti Giveaway di Live Instagram Everwhite.....	62
Gambar 3.26 Bukti Giveaway di Instagram Story Everwhite.....	63
Gambar 3.27 Bukti Giveaway di Twitter Everfit.....	66
Gambar 3.28 Bukti Giveaway di Twitter Everwhite.....	66
Gambar 3.29 Bukti chat penulis dengan User campaign strategist Everwhite untuk mengumpulkan file daily content di drive.....	67
Gambar 3.32 Bukti Tracker data Tiktok Everfit yang penulis kerjakan pada akhir minggu.....	68
Gambar 3.33 Bukti Tracker data Tiktok Everwhite yang penulis kerjakan pada akhir minggu:.....	69