

**PERAN CONTENT PLANNER DALAM APLIKASI
“KENALAN” DI PT FRISIDEA TECH INDONESIA**



LAPORAN MAGANG

AGUSTINUS WINDU DWIANTORO

0000055262

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

**PERAN CONTENT PLANNER DALAM APLIKASI
“KENALAN” DI PT FRISIDEA TECH INDONESIA**



LAPORAN MAGANG

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

AGUSTINUS WINDU DWIANTORO

00000055262

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Agustinus Windu Dwianto

Nomor Induk Mahasiswa 00000055262

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

PERAN *CONTENT PLANNER* DALAM APLIKASI “KENALAN” DI PT FRISIDEA TECH 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 skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah MBKM *Internship* yang telah saya tempuh.

Tangerang, 10 Juni 2024



(Agustinus Windu Dwianto)

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**PERAN CONTENT PLANNER DALAM APLIKASI “KENALAN”
DI PT FRISIDEA TECH INDONESIA**

Oleh

Nama : Agustinus Windu Dwianto

NIM : 00000055262

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 24 Juni 2024

Pukul 11.00 s.d 12.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji



Dr. Irwan Julianto, MPH.
NIDN 8814320016



Dr. Indiwan Seto Wahjuwibowo, M.Si.
NIDN 0308036601

Pembimbing



Dr. Irwan Julianto, MPH.
NIDK 8814320016

Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M. Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Agustinus Windu Dwiantoro

NIM : 00000055262

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 saya yang berjudul:

PERAN *CONTENT PLANNER* DALAM APLIKASI “KENALAN” DI PT FRISIDEA TECH 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, 10 Juni 2024

Yang menyatakan,



(Agustinus Windu Dwiantoro)

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul:

PERAN *CONTENT PLANNER* DALAM APLIKASI “KENALAN” DI PT FRISIDEA TECH INDONESIA

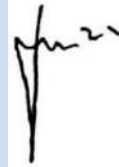
dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan magang ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan laporan magang ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

Mengucapkan terima kasih

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Komunikasi Strategis Universitas Multimedia Nusantara
4. Bapak Dr. Irwan Julianto, MPH. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan membantu saya dalam menyusun tugas akhir ini
5. Bapak Dosen Dr. Irwan Julianto, MPH. selaku Ketua Sidang dan Bapak Dosen Dr. Indiwani Seto Wahjuwibowo, M.Si. selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Orang Tua, dan Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Magang ini
7. Semua teman-teman yang sudah memberikan *support* secara mental dan Tim anak Rantau yang tidak bisa disebutkan satu-satu terima kasih.
8. Penulis, terima kasih sudah berusaha dengan keras menyelesaikan semuanya dan bertahan dengan menyingkirkan semua pikiran egois sebaik mungkin sehingga laporan magang ini selesai.

Semoga laporan magang ini bermanfaat, baik sebagai sumber informasi maupun inspirasi ke depannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 10 Juni 2024



(Agustinus Windu Dwianto)



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERAN CONTENT PLANNER DALAM APLIKASI “KENALAN” DI PT FRISIDEA TECH INDONESIA

Agustinus Windu Dwiantoro

ABSTRAK

Pada era digital saat ini, masyarakat kita telah mengalami transformasi yang signifikan, di mana media digital telah menjadi inti dari berbagai aspek kehidupan. Internet dalam penggunaannya telah menyatu dalam kehidupan masyarakat dan hasilnya membentuk masyarakat digital. Hadirnya media digital, telah merubah cara bagaimana kita berinteraksi, berkomunikasi, dan mengakses informasi melalui jaringan internet yang terhubung secara global. PT Frisidea Tech Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak dibidang pengembangan *software house* dan *Idea Lab*, yang bertanggung jawab atas inovasi dan pengembangan produk digital yang dipasarkan secara *independent*. Dalam mendukung keberhasilan kegiatan *content marketing* sebuah *brand* aplikasi, dibutuhkan *Social Media Marketing Department*.

Dalam Divisi tersebut, sebagai *content planner* ditugaskan untuk merancang strategi konten pemasaran, menganalisis tren dan merumuskan ide untuk konten berdasarkan hasil analisis, kemudian menentukan jadwal pembuatan konten dan distribusi konten. Tujuan praktek kerja magang ini adalah untuk mengetahui peran *content planner* di perusahaan IT khususnya Frisidea Tech. Konsep yang digunakan dalam laporan magang ini adalah konsep *content planner* dalam *content marketing*. kendala utama proses kerja magang adalah terdapat beberapa aktivitas yang menghambat dalam proses mempublikasikan hasil konten yang dibuat di platform media sosial. Setelah dilakukan aktifitas magang selama sembilan puluh tiga hari atau 640 jam, didapatkan kesimpulan yaitu tercapainya tujuan magang mengenai peran, kontribusi, dan sistem alur kerja *content planner* dalam konsep *content marketing*.

Penulis menerapkan tiga tahapan dari delapan strategi konten *content marketing*, berdasarkan hasil riset tren industri menggunakan *social media listening tools* yang didapat selama masa perkuliahan ke dalam dunia kerja, kemudian merumuskan ke dalam ide dan rancangan konten yang kemudian dapat diproduksi oleh tim kreatif menggunakan panduan *content brief* yang dirancang oleh penulis. meningkatnya pemahaman tentang riset sentimen audiens terhadap topik tertentu, membuat komunikasi yang strategis untuk menciptakan *branding* aplikasi “Kenalan” dalam kegiatan promosi melalui platform media digital, khususnya media sosial.

Kata kunci: *Content planner, Digital society, content Marketing, Digital Marketing, Social Media Marketing, Branding, Aplikasi “Kenalan”, Frisidea Tech Indonesia*

THE ROLE OF THE CONTENT PLANNER IN THE “KENALAN” APPLICATION AT PT FRISIDEA TECH INDONESIA

Agustinus Windu Dwiantoro

ABSTRACT

In the current digital age, our society has undergone a significant transformation, with digital media at the core of various aspects of life. The use of the Internet has been integrated into people's lives and the result is a digital society. The presence of digital media has changed the way we interact, communicate and access information through a globally connected internet network. PT Frisidea Tech Indonesia is a company engaged in the development of software houses and idea labs responsible for the innovation and development of digital products that are independently marketed. To support the success of the content marketing activities of an application brand, a social media marketing department is needed.

In this department, a content planner is assigned to design marketing content strategies, analyse trends and formulate content ideas based on the results of the analysis, and then determine the schedule for content creation and distribution. The purpose of this internship is to find out about the role of a content planner in IT companies, especially in Frisidea Tech. The concept used in this internship report is the concept of content planner in content marketing. The main obstacle in the internship process is that there are several activities that hinder the process of publishing the results of the content created on social media platforms. After carrying out the internship activities for ninety-three days or 640 hours, The conclusion was obtained, namely the achievement of the internship objectives regarding the role, contribution and workflow system of content planners in the concept of content marketing.

The author applies three stages of the eight content marketing strategies, based on the results of research on industry trends using social media listening tools obtained during the lecture period in the world of work, then formulated into ideas and content designs, which can then be produced by the creative team using content brief guidelines designed by the author. Increased understanding of audience sentiment research on specific topics, making strategic communication to create branding for the "Kenalan" application in promotional activities through digital media platforms, especially social media.

Keywords: Content planner, Digital society, Content Marketing, Digital Marketing, Social Media Marketing, “Kenalan” App, Branding, Frisidea Tech Indonesia

DAFTAR ISI

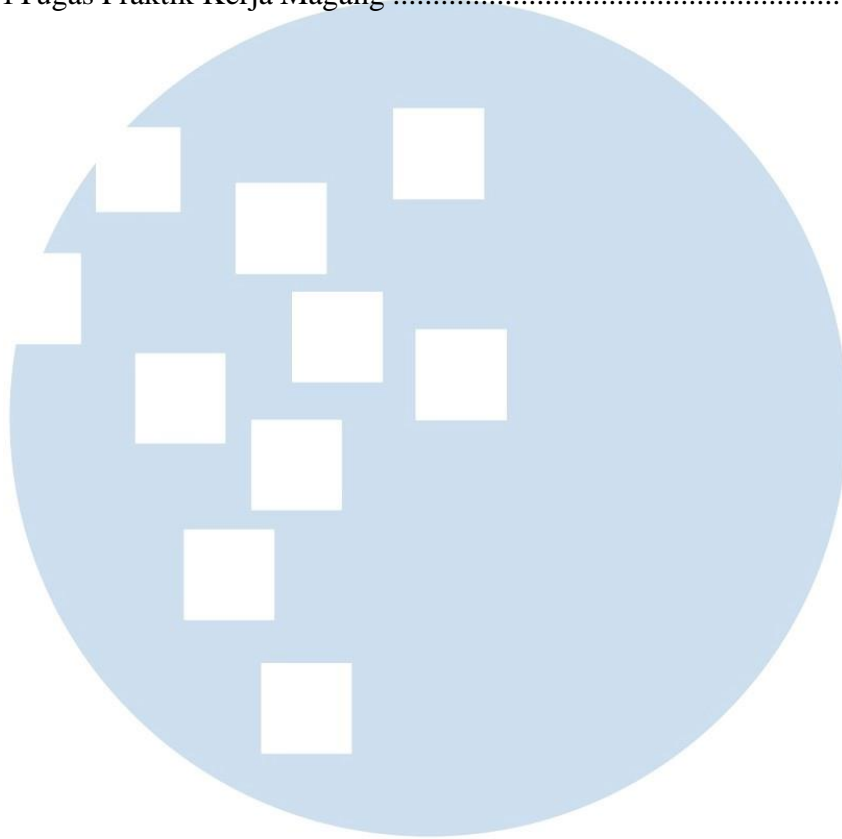
PERAN CONTENT PLANNER DALAM APLIKASI “KENALAN” DI PT FRISIDEA TECH INDONESIA	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang	7
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	8
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	8
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	8
BAB II GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI	10
2.1 Tentang PT Frisidea Tech Indonesia	10
2.2 Visi Misi Frisidea Tech Indonesia	13
2.2.1 VISI	13
2.2.2 MISI	13
2.3 Struktur Organisasi Frisidea Tech Indonesia	14
2.3.1 <i>Internship</i> Team (Content Planner)	15

BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	18
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang	18
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang	19
3.2.1 Tugas Kerja Magang	19
3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang	21
3.2.3 Kendala Utama	30
3.2.4 Solusi dari Kendala yang Ditemukan	32
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	34
4.1 Simpulan	32
4.2 Saran	35
4.2.1 Saran untuk Perusahaan	34
4.2.2 Saran untuk Universitas	36
4.2.3 Saran untuk Mahasiswa	37
DAFTAR PUSTAKA	39
LAMPIRAN	41



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas Praktik Kerja Magang	20
--	----



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Internet di Indonesia	4
Gambar 1.2 Data Waktu Harian Penggunaan Internet di Indonesia	4
Gambar 2.1 Logo PT Frisidea Tech Indonesia	10
Gambar 2.2 Partner PT Frisidea Tech Indonesia	11
Gambar 2.3 Logo Aplikasi “Kenalan”	12
Gambar 2.4 Struktur Organisasi PT Frisidea Tech Indonesia.....	14
Gambar 3.1 Struktur Perusahaan PT Frisidea Tech Indonesia.....	18
Gambar 3.2 Data Sentimen Audiens Mengenai Zodiak	21
Gambar 3.3 Sebutan dan Jangkauan Audiens Mengenai Zodiak	22
Gambar 3.4 Rancangan Ide Konten Media Sosial	23
Gambar 3.5 Hasil Konten	24
Gambar 3.6 <i>Content Brief</i>	27
Gambar 3.7 Laporan Mingguan Hasil Ide Konten	29
Gambar 3.8 Hasil Konten	29

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

A. Dokumentasi Praktik Kerja Magang	41
B. Surat Pengantar MBKM (MBKM01)	42
C. Surat Penerimaan Magang PT Frisidea Tech Indonesia	43
D. Kartu MBKM (MBKM 02).....	44
E. Daily Task Magang (MBKM 03).....	45
F. Lembar Verifikasi Laporan MBKM Magang (MBKM 04).....	64
G. Lembar Laporan Bimbingan	65
H. Hasil Tunitin.....	67
I. Curriculum Vitae (CV)	68



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA