

**PERAN KREATOR MEDIA DIGITAL
DI PT SERPONG CIPTA KREASI**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

Jocelyne

0000055418

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024**

PERAN KREATOR MEDIA DIGITAL

DI PT SERPONG CIPTA KREASI



LAPORAN MAGANG

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

Jocelyne

0000055418

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

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Jocelyne
Nomor Induk Mahasiswa : 00000055418
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

PERAN KREATOR MEDIA DIGITAL DI PT SERPONG CIPTA KREASI

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, 4 Juni 2024



(Jocelyne)

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**PERAN KREATOR MEDIA DIGITAL
DI PT SERPONG CIPTA KREASI**

Oleh

Nama : Jocelyne
NIM : 00000055418
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 4 Juni 2024
Pukul 11.00 s.d 12.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Dr. Arsa Widitiarsa Utovo, S.T., M.Sn.
NIDN 0313068201

Dian Nuranindya, S.E., M.Si.
NIDN 0314128502

Pembimbing

Dr. Arsa Widitiarsa Utovo, S.T., M.Sn.
NIDN 0313068201

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Jocelyne
NIM : 00000055418
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Laporan Magang

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

PERAN KREATOR MEDIA DIGITAL DI PT SERPONG CIPTA KREASI

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif 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, 27 Mei 2024

Yang menyatakan,



(Jocelyne)

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 dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul: “Peran Kreator Media Digital di PT Serpong Cipta Kreasi” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar S1 Jurusan Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, mulai dari masa perkuliahan hingga pada penyusunan laporan magang ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Dr. Arsa Widitiarsa Utoyo, S.T., M.Sn., sebagai Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan magang ini.
5. Ibu Dian Nuranindya, S.E., M.Si., sebagai Dosen Penguji yang telah meluangkan waktu untuk melaksanakan sidang dan memberikan banyak arahan serta masukkan dalam menghasilkan laporan magang ini.
6. Kak Dinda Oktavia, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan magang ini.
7. PT Serpong Cipta Kreasi yang telah memberikan kesempatan untuk merasakan pengalaman kerja di dunia *professional*.
8. Tim Riset dan Promosi PT Serpong Cipta Kreasi yang telah menciptakan suasana kerja yang positif, memberikan bantuan maupun dukungan pada setiap pekerjaan yang dilakukan secara kolaboratif.

9. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan magang ini.

10. Darryl Ariya Savaka sebagai pacar yang sudah memberikan dukungan dan penghiburan selama proses kerja magang dan pembuatan laporan ini.

Semoga laporan magang ini, dapat memberikan pengaruh terhadap pembaca dalam memperoleh pengetahuan dan informasi mengenai posisi yang sama maupun serupa pada perusahaan yang dituju. Selain itu, semoga laporan ini dapat memberikan motivasi terutama kepada mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara (UMN) untuk melaksanakan pembelajaran di dalam maupun di luar kampus dengan baik agar kedepannya mampu mendapatkan pekerjaan yang sesuai dengan kemampuan dan keinginan.

Tangerang, 27 Mei 2024



(Jocelyne)

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERAN KREATOR MEDIA DIGITAL DI PT SERPONG CIPTA KREASI

(Jocelyne)

ABSTRAK

Kebutuhan primer akan papan menjadi faktor penunjang berkembangnya perusahaan yang bergerak di bidang properti. Pemilihan properti tidak hanya didasari oleh estetika melainkan lingkungan yang mampu mendukung efisiensi dan pemenuhan gaya hidup masyarakat. PT Serpong Cipta Kreasi merupakan perusahaan pengembang kawasan Serpong milik PT Summarecon Agung Tbk yang berkomitmen menciptakan hunian yang berdampingan dengan alam namun memiliki fasilitas perkotaan yang lengkap. Dalam mewujudkan komitmen tersebut, Kreator Media Digital di PT Serpong Cipta Kreasi bertanggung jawab untuk membuat konten media yang tidak hanya memberikan pengetahuan akan dunia properti namun juga memperlihatkan nilai kehidupan yang dapat tercapai jika tinggal di kawasan yang tepat. Secara kreatif, memadukan komunikasi pemasaran dengan promosi hunian menggunakan strategi *content marketing* dan membagikannya melalui media *digital* yang sesuai dengan penerapan ilmu *creative media production*. Produksi konten melibatkan kemampuan pekerja magang dalam membuat *copywriting* yang unik dan efektif. Selama menjalani aktivitas kerja magang, tidak terdapat kendala yang berarti dan seluruh tantangan dapat dipecahkan secara solutif. Berdasarkan pencapaian tersebut, dapat disimpulkan bahwa pekerja magang berhasil menyelesaikan seluruh tanggung jawab yang diberikan PT Serpong Cipta Kreasi dengan baik. Melalui kerja magang ini, diharapkan pekerja magang dapat memberikan pandangan baru kepada mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara (UMN) yang akan melakukan kerja magang pada posisi yang sama.

Kata kunci: *Content Marketing, Creative Media Production, Copywriting, Serpong Cipta Kreasi, Summarecon*

THE ROLE OF DIGITAL MEDIA CREATOR

AT PT SERPONG CIPTA KREASI

(Jocelyne)

ABSTRACT (English)

The primary need for housing serves as a pivotal factor in the growth of companies operating in the property sector. Property selection is not merely based on aesthetics but also on environments that support efficiency and cater to the lifestyle preferences of the community. PT Serpong Cipta Kreasi, a subsidiary of PT Summarecon Agung Tbk, is committed to creating residential spaces that harmonize with nature while offering comprehensive urban amenities. To fulfill this commitment, the Digital Media Creator at PT Serpong Cipta Kreasi is tasked with creating media content that not only imparts knowledge about the real estate industry but also highlights the life values achievable by residing in the right locale. Creatively blending marketing communication with residential promotions by content marketing strategy, these contents are disseminated through digital media platforms in alignment with the principles of creative media production. Content production involves harnessing the interns' abilities to craft unique and compelling copywriting. Throughout internship process, there is no significant challenges, and every obstacles were effectively resolved. Based on these accomplishments, it can be concluded that the interns have successfully fulfilled all responsibilities assigned by PT Serpong Cipta Kreasi. The interns hoped can give fresh perspectives to students from Multimedia Nusantara University (UMN) undertaking internships in similar positions.

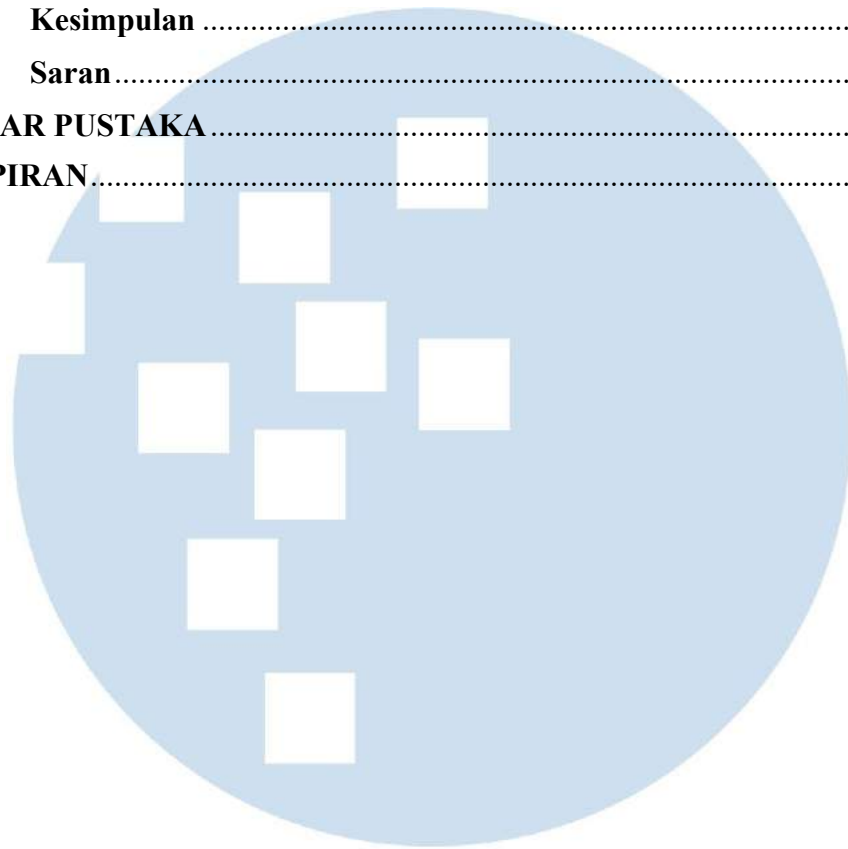
Keywords: Content Marketing, Creative Media Production, Copywriting, Serpong Cipta Kreasi, Summarecon

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

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....	3
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	4
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	4
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	4
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	7
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	7
2.1.1 Visi Misi PT Serpong Cipta Kreasi	9
2.1.2 Nilai-Nilai PT Serpong Cipta Kreasi.....	10
2.2 Struktur Organisasi PT Serpong Cipta Kreasi	14
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	16
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	16
3.1.1 Kedudukan	16
3.1.2 Koordinasi.....	17
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	17
3.2.1 Tugas	17
3.2.2 Uraian.....	19
3.3 Kendala yang Ditemukan	82
3.4 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan	82

BAB IV PENUTUP	84
4.1 Kesimpulan	84
4.2 Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	xiii
LAMPIRAN	xv

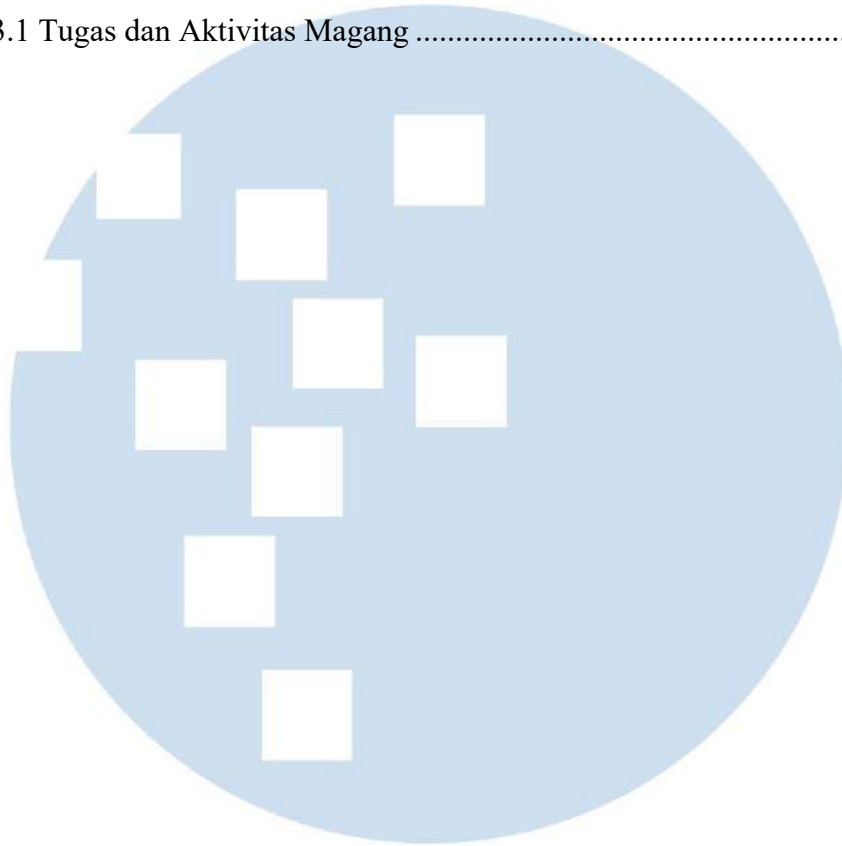


UMMN

**UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA**

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas dan Aktivitas Magang	18
--	----



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Hierarki Kebutuhan Maslow	1
Gambar 2.1 Nilai “ <i>CARING</i> ” PT Serpong Cipta Kreasi	10
Gambar 2.2 Enam Pilar Nilai “ <i>CARING</i> ” PT Serpong Cipta Kreasi	11
Gambar 2.3 Struktur Organisasi PT Serpong Cipta Kreasi	14
Gambar 2.4 Bagan Departemen Riset dan Promosi PT Serpong Cipta Kreasi.....	15
Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi	17
Gambar 3.2 <i>Marketing Funnel</i>	20
Gambar 3.3 Contoh <i>Creative Brief</i> Konten Audio Visual.....	25
Gambar 3.4 Contoh <i>Creative Brief</i> Tanpa <i>Voice Over</i>	25
Gambar 3.5 <i>Creative Brief Sneak Peek Ardea Kitchen</i>	26
Gambar 3.6 <i>Creative Brief Sneak Peek Ardea Living Room</i>	26
Gambar 3.7 <i>Creative Brief Sneak Peek Ardea Pool</i>	27
Gambar 3.8 <i>Creative Brief</i> Dengan Penambahan <i>Angle</i>	27
Gambar 3.9 <i>Creative Brief</i> Konten <i>Grafis</i>	28
Gambar 3.10 <i>Creative Brief</i> Konten <i>TikTok</i>	29
Gambar 3.11 Konten Gabung, Nabung, Untung Strozzi	30
Gambar 3.12 Konten Seni Menikmati Masa Tua.....	33
Gambar 3.13 Konten Tips Mengisi Rumah	33
Gambar 3.14 Contoh Konten Promo Strozzi	34
Gambar 3.15 Konten <i>3 Reasons Why You Should Live in Serpong M-Town</i>	35
Gambar 3.16 Konten <i>3 Reasons Why You Should Live in Serpong M-Town (2)</i> ..	36
Gambar 3.17 Konten Kalender Pindah ke Serpong M-Town	37
Gambar 3.18 Konten <i>Nutrition Facts</i> Serpong M-Town	37
Gambar 3.19 Konten <i>Serpong M-Town AI</i>	38
Gambar 3.20 Konten <i>Beautiful Serene Scenery at Serpong M-Town</i>	39
Gambar 3.21 Konten Tipe Aku Kawasan The Springs.....	40
Gambar 3.22 Konten <i>Review</i> Klinik Hewan Rajanti	41
Gambar 3.23 Konten <i>Review</i> Buntut Gajah.....	41
Gambar 3.24 Konten <i>What’s A Soulmate</i>	42
Gambar 3.25 Konten <i>Quick House Tour</i>	44

Gambar 3.26 Konten <i>Memories Are Created At Best Place With Best Person in Your Life</i>	45
Gambar 3.27 Konten Kedekatan Emosional Audiens pada Konten	46
Gambar 3.28 <i>Lift</i> Pada Konten <i>Memories Are Created At Best Place With Best Person in Your Life</i>	46
Gambar 3.29 Konten <i>Memories Are Created At Best Place With Best Person in Your Life</i>	47
Gambar 3.30 Konten Dengan Konsep <i>POV</i>	48
Gambar 3.31 Proses Persiapan <i>Shooting</i>	49
Gambar 3.32 Proses Pengambilan <i>Shot</i>	50
Gambar 3.33 Hasil Foto Pekerja Magang Untuk Konten <i>Post-Rain Evening at Ardea</i>	51
Gambar 3.34 Hasil Pengambilan Gambar.....	52
Gambar 3.35 Hasil <i>Generate AI Before Cropping</i>	53
Gambar 3.36 Hasil <i>Generate AI After Cropping</i>	54
Gambar 3.37 <i>Before After</i> Konten <i>Serpong M-Town AI</i>	55
Gambar 3.38 <i>Slide 1&2</i> Konten <i>Welcome to The Springs</i>	55
Gambar 3.39 <i>Slide 3&4</i> Konten <i>Welcome to The Springs</i>	56
Gambar 3.40 Hasil <i>Colour Grading Photo Clean Symphonia</i>	57
Gambar 3.41 <i>TikTok Video Editing</i>	58
Gambar 3.42 Konten <i>Photo Slides TikTok</i>	59
Gambar 3.43 Instagram <i>Story Interaktif</i>	62
Gambar 3.44 <i>Insight Instagram Story Interaktif</i>	63
Gambar 3.45 Instagram <i>Story Interaktif “What’s A Soulmate”</i>	64
Gambar 3.46 Instagram <i>Story Interaktif Artikel</i>	65
Gambar 3.47 Instagram <i>Story Interaktif Informasi Produk</i>	65
Gambar 3.48 Instagram <i>Story Interaktif Informasi Fenomena</i>	66
Gambar 3.49 Instagram <i>Story Interaktif Dengan Desain Grafis</i>	67

Gambar 3.50 <i>Media Metrics</i>	68
Gambar 3.51 <i>Shooting Bersama KOL</i>	69
Gambar 3.52 Grafik Pengikut	70
Gambar 3.53 Grafik Kenaikkan Pengikut dan <i>Engagement</i>	71
Gambar 3.54 Grafik <i>Share of Interaction</i>	72
Gambar 3.55 <i>Report</i> TikTok Summarecon Serpong.....	72
Gambar 3.56 Konten TikTok Dengan <i>Most Views</i> dan <i>Likes</i>	73
Gambar 3.57 Contoh <i>Headline Personal Benefits</i>	74
Gambar 3.58 Contoh Konten Dengan <i>Copywriting</i>	76
Gambar 3.59 Contoh <i>Headline Problem/Solution</i>	77
Gambar 3.60 Contoh <i>Hook Problem/Solution</i>	78
Gambar 3.61 Contoh Konten Dengan <i>Benefits Than Features</i>	78
Gambar 3.62 Contoh Konten Dengan <i>Benefits Than Features (2)</i>	79
Gambar 3.63 Contoh Konten Dengan <i>Benefits Than Features (3)</i>	80
Gambar 3.64 Contoh Konten Dengan <i>Repetition</i>	81

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A.1 Surat Pengantar MBKM 01.....	xv
Lampiran A.2 Kartu MBKM 02.....	xvi
Lampiran A.3 <i>Daily Task</i> MBKM 03.....	xvii
Lampiran A.4 Lembar Verifikasi Laporan MBKM 04.....	lxxxiv
Lampiran A.5 Surat Penerimaan Magang.....	lxxxv
Lampiran A.6 Formulir Konsultasi Magang.....	lxxxvi
Lampiran B.1 Dokumentasi Pekerja Magang Saat Proses <i>Shooting</i> Konten.....	lxxxviii
Lampiran B.2 Dokumentasi Pekerja Magang Saat Acara.....	lxxxix
Lampiran B.3 Dokumentasi Pekerja Magang Dengan Tim.....	lxxxix
Lampiran C Hasil Turnitin.....	xc

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA