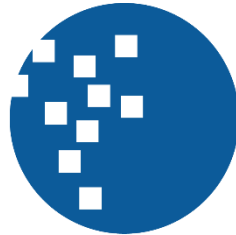


**PERAN *CONTENT CREATOR* PADA PEMASARAN  
DIGITAL RE/MAX INDONESIA**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN MAGANG**

**ERLINE YONATHAN**

**0000055956**

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

**PERAN *CONTENT CREATOR* PADA PEMASARAN  
DIGITAL RE/MAX INDONESIA**



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

**ERLINE YONATHAN**

**0000055956**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Erline Yonathan

Nomor Induk Mahasiswa : 00000055956

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

### **PERAN *CONTENT CREATOR* PADA PEMASARAN DIGITAL RE/MAX 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 Magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah *Internship Track 1* yang telah saya tempuh.

Tangerang, 31 Mei 2024



(Erline Yonathan)

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 CREATOR* PADA  
PEMASARAN DIGITAL RE/MAX INDONESIA**

Oleh

Nama : Erline Yonathan  
NIM : 00000055956  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 6 Juni 2024  
Pukul 14.00 s.d 15.00 dan dinyatakan  
**LULUS**

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



**Theresia Lavietha Vivrie Lolita,**  
**S.I.Kom., M.I.Kom.**  
**NIDN 0327019001**

Penguji



**Drs. Asep Sutresna, M.A.**  
**NIDN 0307126303**

Pembimbing



**Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom.**  
**NIDN 0327019001**

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

  
**Cendera Rizky Anugrah Bangun, 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 : Erline Yonathan

NIM : 00000055956

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 CREATOR* PADA PEMASARAN DIGITAL RE/MAX 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, 31 Mei 2024

Yang menyatakan,

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

  
(Erline Yonathan)

## KATA PENGANTAR

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

**“PERAN *CONTENT CREATOR* PADA PEMASARAN DIGITAL RE/MAX 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 skripsi ini. 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. Ibu Theresia Lavietha Vivrie Lolitha S.I.Kom., M.I.Kom., sebagai pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan ini.
5. Bapak/Ibu Dosen selaku Ketua Sidang dan Bapak/Ibu Dosen selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Ibu Wivia Lim selaku *supervisor* dan pembimbing lapangan yang telah memberikan edukasi, arahan, dan masukan selama proses kerja berlangsung.
7. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Teman-teman saya, yakni Evelyn, Felisia, Jesslyn, dan lainnya yang telah memberikan semangat untuk menyelesaikan tugas serta laporan kerja magang.

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

Tangerang, 31 Mei 2024



(Erline Yonathan)



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# PERAN *CONTENT CREATOR* PADA PEMASARAN DIGITAL RE/MAX INDONESIA

Erline Yonathan

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang menyebabkan maraknya pemasaran digital oleh berbagai sektor industri, turut dimanfaatkan oleh industri properti karena memiliki berbagai fungsi terhadap target audiensnya seperti meningkatkan kesadaran merek, menjalin komunikasi, serta mempertahankan hubungan. Salah satu industri properti yang memanfaatkan teknologi untuk melakukan pemasaran digital adalah RE/MAX Indonesia, sebuah perusahaan agen properti yang berasal dari Amerika Serikat dan hadir di Indonesia pada tahun 2014. Tujuan dari aktivitas magang ini adalah untuk mengetahui peran dan pekerjaan *content creator* dalam membuat strategi pemasaran digital di RE/MAX Indonesia. Sebagai *content creator* dalam departemen *Marketing Communication*, penulis memiliki tugas tanggung jawab untuk merancang konten, memproduksi konten, menjadi *talent*, dan membuat *copywriting*. Konsep yang digunakan dalam laporan magang ini adalah konsep pemasaran konten menurut Kotler. Kendala utama dalam proses kerja magang adalah banyaknya permintaan konten baru di luar *content plan* yang sudah dibuat. Namun, setelah beberapa kejadian akan kendala yang terjadi, ditemukan solusi yaitu dengan menyiapkan beberapa hari sebagai antisipasi adanya permintaan konten tambahan. Kesimpulannya, pembuatan konten yang baik untuk pemasaran digital dapat menunjang aktivitas pemasaran digital untuk meningkatkan kesadaran merek, menjalin komunikasi, serta mempertahankan hubungan target audiens perusahaan.

**Kata kunci:** Pemasaran Digital, *Content Creator*, Strategi Pemasaran, RE/MAX Indonesia

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



# THE ROLE OF CONTENT CREATOR IN DIGITAL MARKETING RE/MAX INDONESIA

Erline Yonathan

## ABSTRACT

*The advancement of technology, which has led to the proliferation of digital marketing across various industry sectors, has also been utilized by the property industry due to its various functions for its target audience, such as increasing brand awareness, establishing communication, and maintaining relationships. One property industry that leverages technology for digital marketing is RE/MAX Indonesia, a property agency company originating from the United States that has been present in Indonesia since 2014. The purpose of this internship activity is to understand the role and work of a content creator in developing digital marketing strategies at RE/MAX Indonesia. As a content creator in the Marketing Communication department, the writer is responsible for designing content, producing content, acting as talent, and creating copywriting. The concept used in this internship report is the content marketing concept according to Kotler. The main challenge in the internship work process is the high demand for new content outside the content plan. However, after facing this challenge several times, a solution was found by setting aside several days to anticipate additional content requests. In conclusion, creating good content for digital marketing can support digital marketing activities to increase brand awareness, establish communication, and maintain relationships with the company's target audience.*

**Keywords:** *Digital Marketing, Content Creator, Marketing Strategy*

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang	6
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	6
<b>1.3.1 Waktu Pelaksanaan Magang</b>	<b>6</b>
<b>1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang</b>	<b>7</b>
<b>BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b>	<b>9</b>
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	9
2.2 Visi Misi RE/MAX	11
2.3 Logo RE/MAX	11
2.4 Struktur Organisasi RE/MAX Indonesia	12
<b>BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG</b>	<b>18</b>
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang	18
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang	20
<b>3.2.1 Tugas Kerja Magang</b>	<b>20</b>
<b>3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang</b>	<b>21</b>

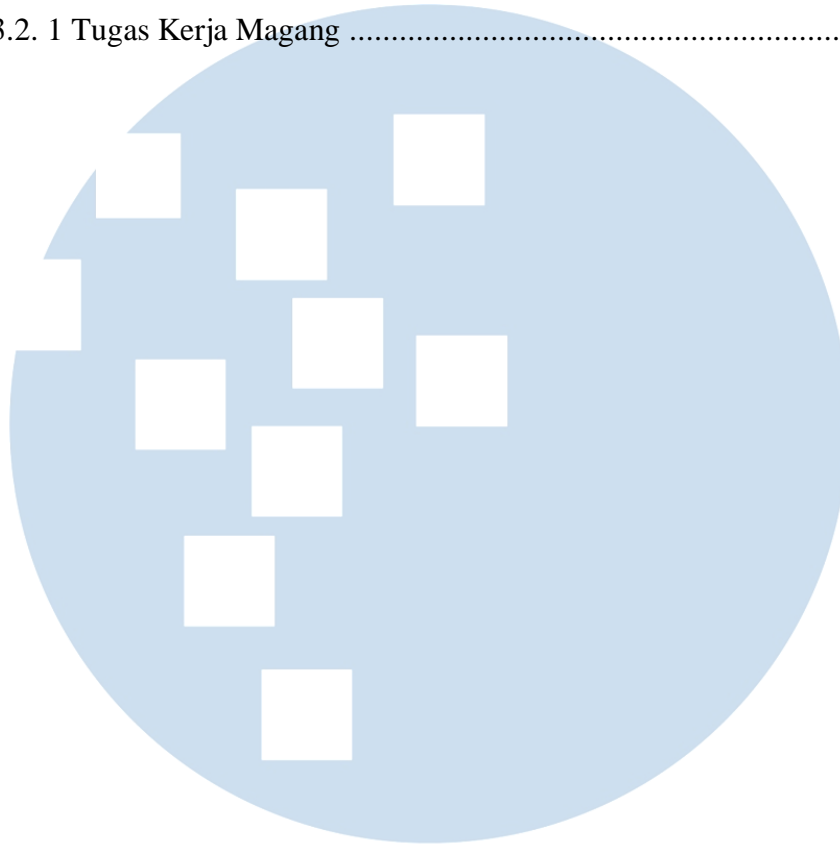
<b>3.2.3 Kendala Utama</b>	<b>32</b>
<b>3.2.4 Solusi</b>	<b>33</b>
<b>BAB IV SIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>34</b>
4.1 Simpulan	34
4.2 Saran	35
<b>4.2.1 Saran untuk Perusahaan</b>	<b>35</b>
<b>4.2.2 Saran untuk Universitas</b>	<b>35</b>
<b>4.2.3 Saran untuk Mahasiswa</b>	<b>35</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>36</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>38</b>

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.2. 1 Tugas Kerja Magang .....	20
---------------------------------------	----



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Agent Awards</i> 2022 oleh Rumah.com.....	4
Gambar 2.1 Logo Perusahaan RE/MAX.....	11
Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi RE/MAX Indonesia .....	12
Gambar 2.3 Bagan Struktur Departemen <i>Marketing Communication</i> .....	15
Gambar 3.1 Bagan Alur Kerja Departemen <i>Marketing Communication</i> .....	18
Gambar 3.2.2. 1 Rapat Tim Media Sosial .....	22
Gambar 3.2.2. 2 Lokasi Kantor Cabang RE/MAX Indonesia .....	23
Gambar 3.2.2. 3 <i>Editorial Plan</i> Mei 2024 RE/MAX Indonesia.....	26
Gambar 3.2.2. 4 Proses Penciptaan Konten .....	27
Gambar 3.2.2. 5 Konten <i>Reels</i> RE/MAX Indonesia .....	28
Gambar 3.2.2. 6 Rapat Mingguan Tim <i>Marketing Communication</i> .....	30
Gambar 3.2.2. 7 Pelaksanaan Kelas <i>Reels Estate Academy</i> .....	32

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR LAMPIRAN

A.	Surat Pengantar MBKM - MBKM 01 .....	38
B.	Kartu MBKM - MBKM 02.....	39
C.	Daily Task MBKM - MBKM 03 .....	40
D.	Lembar Verifikasi Laporan MBKM - MBKM 04 .....	41
E.	Surat Penerimaan MBKM (LoA).....	42
F.	Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin .....	43
G.	Form Bimbingan Magang.....	43
H.	Curriculum Vitae.....	44
I.	Semua hasil karya tugas yang dilakukan selama MBKM.....	46

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA