

**PERAN KONTEN KREATOR DALAM
MENGOPTIMALKAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL
DI PT GLOBAL DAIRI ALAMI**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA
LAPORAN MBKM

BERNADETTE FLORINE WAHYUDI

0000058901

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

2024

**PERAN KONTEN KREATOR DALAM
MENGOPTIMALKAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL
DI PT GLOBAL DAIRI ALAMI**



LAPORAN MAGANG

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

Bernadette Florine

0000058901

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

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Bernadette Florine
Nomor Induk Mahasiswa : 00000058901
Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

PERAN KONTEN KREATOR DALAM MENGOPTIMALKAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DI PT GLOBAL DAIRI ALAMI

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 maupun dalam penulisan laporan Magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan Magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 24 Juni 2024



Bernadette Florine

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul

PERAN KONTEN KREATOR DALAM MENGOPTIMALKAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DI PT GLOBAL DAIRI ALAMI

Oleh

Nama : Bernadette Florine
NIM : 00000058901
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

Helga Liliani Cakra Dewi, S. I.kom.,M.Comm.
NIDN 03170892901

Charlie Tjokrodinata, S.Kom.,M.sc.
NIDN 0324098002

Pembimbing

Helga Liliani Cakra Dewi, S. I.kom.,M.Comm.
NIDN 03170892901

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

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

iii

Peran Konten Kreator dalam Mengoptimalkan Strategi Pemasaran Digital di PT Global Dairi Alami, Bernadette Florine, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Bernadette Florine
NIM : 00000058901
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
JenisKarya : Laporan Magang

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

PERAN KONTEN KREATOR DALAM MENGOPTIMALKAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DI PT GLOBAL DAIRI ALAMI

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalih media / format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir 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,



(Bernadette Florine)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan Magang ini dengan judul: **“PERAN KONTEN KREATOR DALAM MENGOPTIMALKAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DI PT GLOBAL DAIRI ALAMI”** 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 tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, M.A. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. 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 Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Helga Liliani Cakra Dewi, S. I.kom., M.Comm. sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Kak Rofiq Agung P dan Ci Kimberly Natasha, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan Magang Penelitian.
6. Kepada Perusahaan PT Global Dairi Alami.
7. Keluarga dan Teman-teman sejawat yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Magang ini.

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

Tangerang, 10 Juni 2024



Bernadette Florine

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERAN KONTEN KREATOR DALAM MENGOPTIMALKAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DI PT GLOBAL DAIRI ALAMI

Bernadette Florine

ABSTRAK

Digitalisasi telah membawa perubahan revolusioner dalam pengelolaan data, pengelolaan media, dan pada akhirnya pengelolaan bisnis. Dikatakan bahwa digitalisasi telah mengambil peran penting dalam pasar, mencapai hampir 90% dari total penetrasi. PT Global Dairi Alami menganggap hal ini sebagai peluang besar untuk mengembangkan strategi komunikasi baru yang lebih terfokus pada pemasaran digital. Berawal dari 2020 akhir, PT Global Dairi Alami telah membesarkan nama seiringan dengan meningkatkan *awareness* melalui produksi kontennya melalui berbagai media sosial. Hal inilah yang menjadi alasan awal penulis menaruh keinginan untuk melakukan kegiatan kerja magang pada perusahaan ini. Tujuan dari kerja magang ini adalah untuk penerapan dan pengimplementasian *Social Media & Mobile Marketing Strategy* yaitu kemampuan penulis dalam merencana dan mengelola konten pada sosial media serta *Art, Copywriting & Creative Strategy* yaitu kemampuan pengkomunikasian melalui pembuatan konten berbentuk video. Penulis mengambil posisi sebagai *content creator intern* yang berada di bawah departemen *digital marketing* sehingga tujuan utama kegiatan magang adalah untuk penciptaan video-video konten. Dalam pelaksanaan kerja magang, terdapat beberapa kendala yang mencakup keterlambatan persetujuan dan revisi dari *Senior Content Creator*, kurangnya pemberitahuan ilmu dasar akan *live streaming*, dan adanya *miskomunikasi* mengenai tempat pengambilan video konten. Namun, semua kendala teratasi secara lancar dengan cara *Senior Content Creator* telah mengatur waktu dalam pembagian pekerjaannya, penulis yang langsung menanyakan fitur-fitur *Live Streaming*, dan diskusi dengan atasan mengenai latar pengambilan video konten. Setelah aktivitas magang terselesaikan, penulis lebih mengerti bagaimana proses kerja dalam perusahaan dilakukan, penguasaan *softskill* mengenai komunikasi dalam bentuk digital juga didapati.

Kata kunci: *content creator, digital marketing, social media*

“PERAN KONTEN KREATOR DALAM MENGOPTIMALKAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL DI PT GLOBAL DAIRI ALAMI”

Bernadette Florine

ABSTRACT (English)

Digitalization has brought revolutionary changes in data management, media management, and ultimately business management. It is said that digitalization has taken an important role in the market, reaching almost 90% of total penetration. PT Global Dairi Alami considers this a great opportunity to develop a new communication strategy that is more focused on digital marketing. Starting from late 2020, PT Global Dairi Alami has made a name for itself by increasing awareness through the production of its content via various social media. This was the initial reason the author expressed his desire to undertake internship activities at this company. The aim of this internship is to apply and implement Social Media & Mobile Marketing Strategy, namely the writer's ability to plan and manage content on social media as well as Art, Copywriting & Creative Strategy, namely the ability to communicate through creating video content. The author takes a position as an internal content creator under the digital marketing department so that the main aim of the internship activity is to create content videos. In carrying out the internship work, there were several obstacles including delays in approval and revisions from the Senior Content Creator, lack of notification of basic knowledge about live streaming, and miscommunication regarding where the video content was taken. However, all obstacles were resolved smoothly with the Senior Content Creator managing the time in dividing his work, the writer directly asking about Live Streaming features, and discussions with superiors regarding the background of the video content shooting. After the internship activity was completed, the author understood better how the work process in the company was carried out, and he also sharpened his soft skills regarding communication in digital form.

Keywords: *content creator, digital marketing, social media*

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	xiv
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang	6
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	7
BAB II	
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	9
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	9
2.2 Visi Misi	11
2.3 Struktur Organisasi Perusahaan	12
BAB III	
PELAKSANAAN KERJA MAGANG	14
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	14
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	15
3.3 Kendala yang Ditemukan	42
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	42

BAB IV	
SIMPULAN DAN SARAN	43
4.1 Simpulan	43
4.2 Saran	44
DAFTAR PUSTAKA	45
LAMPIRAN	46



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Alur Kerja Magang	27
Tabel 3.2 Uraian Kerja Magang	28
Tabel 3.3 Konten Kopi Tubruk Gadjah	42
Tabel 3.4 Konten MilkLife	44
Tabel 3.5 Konten BonChef	45
Tabel 3.6 Konten 5Days	47



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tabel Pertumbuhan Pengguna Smartphone di Indonesia	13
Gambar 1.2 Logo PT Global Dairi Alami	15
Gambar 1.3 Logo Savoria Group	16
Gambar 1.4 Akun TikTok Brand	16
Gambar 2.1 Logo PT Global Dairi Alami	21
Gambar 2.2 Produk Savoria Group	22
Gambar 2.4 Struktur Organisasi PT Global Dairi Alami	23
Gambar 2.5 Struktur Departemen Marketing Savoria Group	24
Gambar 3.1 Jadwal Live TikTok	29
Gambar 3.2 Jadwal Posting Konten TikTok	29
Gambar 3.3 Konten Trend	31
Gambar 3.4 Pilar Konten TikTok	32
Gambar 3.5 Contoh Konten	33
Gambar 3.6 Contoh Calendar	34
Gambar 3.7 Template Content Plan	34
Gambar 3.8 Template Content Plan	35
Gambar 3.9 Contoh Konten	37
Gambar 3.10 Konten KTG Naik dan Tidak	42
Gambar 3.11 Konten MilkLife Naik dan Tidak	44
Gambar 3.12 Konten BonChef Naik dan Tidak	46
Gambar 3.13 Konten 5Days Naik dan Tidak	48
Gambar 3.14 Jadwal Live TikTok	49
Gambar 3.15 Live TikTok	50
Gambar 3.16 Contoh CPAs	51
Gambar 3.17 CPAs Folder Maret	51
Gambar 3.18 CPAs Folder April	52
Gambar 3.19 Contoh VSA	53
Gambar 3.19 Contoh VSA	

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Pengantar MBKM – MBKM 01	45
Lampiran B Kartu MBKM – MBKM 02	46
Lampiran C Daily Task MBKM – MBKM 03	47
Lampiran D Lembar Verifikasi Laporan MBKM – MBKM 04	48
Lampiran E Surat Penerimaan MBKM (LoA)	49
Lampiran F Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin	50
Lampiran G <i>Curriculum Vitae</i>	53
Lampiran H Semua Hasil Karya Tugas Selama MBKM	54

