

**PERAN *CONTENT CREATOR* PADA SOCIAL MEDIA
SOCCER CHANNEL DI MNC CHANNELS**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Toriq Ilham Ferano

0000059545

PROGRAM STUDI *STRATEGIC COMMUNICATION*

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2023

**PERAN *CONTENT CREATOR* PADA SOCIAL MEDIA
SOCCER CHANNEL DI MNC CHANNELS**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Toriq Ilham Ferano

00000059545

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

2024

1

Peran *Content Creator* Pada Sosial Media Soccer Channel DI MNC Channels, Toriq Ilham Ferano,
Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Toriq Ilham Ferano

Nomor Induk Mahasiswa : 00000059545

Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

PERAN *CONTENT CREATOR* PADA SOCIAL MEDIA SOCCER CHANNEL DI MNC CHANNELS

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 MBKM, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan MBKM yang telah saya tempuh.

Tangerang, 21 Juni 2024



Toriq Ilham Ferano

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul

PERAN *SOCIAL MEDIA SPECIALIST* DI *INEWS MEDIA GROUP*

Oleh

Nama : Toriq Ilham Ferano
NIM : 00000059545
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Jumat, 121 Juni 2024

Pukul 09.00 s/d .00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

Ketua Sidang



Dr. Aloysius Gonzaga Eka Wenats Wuryanta, S.S., M.Si.

NIDN : 0306067003

Penguji



Silvanus Alvin, S. I. Kom, M. A.

NIDN : 0309109001

Pembimbing



Dr. Aloysius Gonzaga Eka Wenats Wuryanta, S.S., M.Si.

NIDN : 0306067003

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



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

NIDN : 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Toriq Ilham Ferano
NIM : 00000059545
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
JenisKarya : Laporan MBKM Magang

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

PERAN *CONTENT CREATOR* PADA SOCIAL MEDIA SOCCER CHANNEL DI MNC CHANNELS

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, 12 Juni 2024

Yang menyatakan,



Toriq Ilham Ferano

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan MBKM ini dengan judul:

“PERAN *CONTENT CREATOR* PADA SOCIAL MEDIA SOCCER CHANNEL DI MNC CHANNELS” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Strata 1 Jurusan Komunikasi Strategis 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. Kepada Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc, P.hd., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si, selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Dr. Aloysius Gonzaga Eka Wenats Wuryanta, S.S., M.Si, sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Kak Firza Arief Rahmatullah, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Kepada Perusahaan MNC Channels yang telah memberikan pemegang dalam melaksanakan praktik kerja magang.
7. Keluarga khususnya kedua orang tua yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini..
8. Kepada teman-teman, Fakhira Nurul, Alma Maulidina, Arya Kharismawan, dan teman-teman lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu karena telah memberikan dukungan, doa, dan motivasi

untuk pemegang dalam menyelesaikan dalam menjalankan praktik kerja magang dan menyusun laporan magang ini.

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

Tangerang, 12 Juni 2024



Toriq Ilham Ferano

UMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

PERAN *CONTENT CREATOR* PADA SOCIAL MEDIA

SOCCER CHANNEL DI MNC CHANNELS

ABSTRAK

Adanya perubahan zaman yang mengakibatkan perubahan menjadi digital, hal ini mengakibatkan pengguna internet di Indonesia semakin pesat. Media sosial merupakan salah satu hal yang dimanfaatkan para pelaku bisnis untuk melakukan pemasaran produk atau jasa mereka. MNC Channels sebagai perusahaan penyedia program berbayar yang berfokus di Indonesia dan luar Indonesia, MNC Channels juga membuka kesempatan untuk para mahasiswa yang ingin merasakan bekerja di perusahaan dalam bentuk magang. Sejak tanggal 22 Januari 2024, pemegang melaksanakan kerja magang di MNC Channels dalam posisi sosial media dan *content creator*. Pada posisi ini pemegang diberikan tugas dalam empat bagian *content planning*, *content strategist*, *editor*, dan publikasi. Pada bagian *content planning*, pemegang diharap bisa membuat strategi dalam pembuatan sebuah konten. Pada bagian *content strategist*, pemegang diharap bisa menciptakan sebuah konten kreatif dan relevan. Pada bagian *editor*, pemegang diharap bisa memiliki *hard skill editing* untuk menciptakan sebuah visual konten yang baik. Pada bagian publikasi, pemegang diharap bisa melakukan interaksi kepada para *audiens*. Selama menjalani kerja magang, pemegang menyadari betapa pentingnya seorang *content creator* pada era digital ini. melalui media sosial yang dimiliki perusahaan, menjadi salah satu strategi penting di masa era digital saat ini dalam memperkenalkan dan mempromosikan sebuah produk yang dimiliki kepada masyarakat luas.

Kata kunci: *Social Media, Content Creator, MNC Channels*

THE ROLE OF CONTENT CREATOR IN SOCIAL MEDIA

SOCCER CHANNEL AT MNC CHANNELS

ABSTRACT (English)

The changing times have resulted in a change to digital, this has resulted in internet users in Indonesia increasing rapidly. Social media is one of the things that business people use to market their products or services. MNC Channels as a paid program provider company that focuses on Indonesia and outside Indonesia, MNC Channels also opens opportunities for students who want to experience working in the company in the form of internships. Since January 22, 2024, interns carry out internships at MNC Channels in the position of social media and content creator. In this position, interns are assigned to four sections of content planning, content strategist, editor, and publication. In the content planning section, interns are expected to create a strategy for creating content. In the content strategist section, interns are expected to create creative and relevant content. In the editor section, interns are expected to have editing hard skills to create good visual content. In the publication section, interns are expected to interact with the audience. During the internship, interns realize how important a content creator is in this digital era. through social media owned by the company, it is one of the important strategies in the current digital era in introducing and promoting a product owned to the wider community.

Keywords: *Social Media, Content Creator, MNC Channels*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	2
HALAMAN PENGESAHAN.....	3
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	4
KATA PENGANTAR.....	5
ABSTRAK.....	7
ABSTRACT (English).....	8
DAFTAR ISI.....	9
DAFTAR TABEL.....	12
DAFTAR GAMBAR.....	13
DAFTAR LAMPIRAN.....	14
BAB I	
PENDAHULUAN.....	14
1.1 Latar Belakang.....	14
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....	20
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	21
BAB II	
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	25
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	25
2.1.1 Visi Misi.....	27
BAB III	
PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....	30
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	30
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	32
3.3 Kendala yang Ditemukan.....	56
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	57
BAB IV	
SIMPULAN DAN SARAN.....	59
4.1 Simpulan.....	59
4.2 Saran.....	59
DAFTAR PUSTAKA.....	62
LAMPIRAN.....	62

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Uraian Tugas magang.....	33
Tabel 3.2 Timeline Kerja Pemagang.....	35



UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Survey Pengguna Sosial Media Aktif 2024.....	15
Gambar 1.2 Survey Aplikasi Sosial Media Dengan Pengguna Terbanyak Di Indonesia 2024.....	16
Gambar 2.1 Logo MNC Channels.....	26
Gambar 2.2 logo MNC Group.....	27
Gambar 2.3 Logo MNC Channels dan programnya.....	28
Gambar 2.4 Struktur organisasi perusahaan.....	28
Gambar 3.1 Bagan Kedudukan Koordinasi Departemen Online Media Promo PT MNC Channels.....	30
Gambar 3.2 Workflow Pemegang Selama Melaksanakan Praktik Kerja Magang	34
Gambar 3.3 Editorial Planning.....	38
Gambar 3.4 Proses Approval yang dilakukan Supervisor.....	38
Gambar 3.5 Proses Riset Konten Lewat Portal Berita.....	40
Gambar 3.6 Proses Approval Dalam Menentukan Sebuah Topik.....	41
Gambar 3.7 Proses Dalam Melakukan Riset Konten.....	42
Gambar 3.8 Proses Menentukan Sebuah Sound.....	44
Gambar 3.9 Contoh Proses Melakukan Riset di Portal Berita.....	45
Gambar 3.10 Contoh Konten Daily Feeds.....	46
Gambar 3.11 Konten Daily Feeds.....	47
Gambar 3.12 Content Brief.....	48
Gambar 3.13 Proses pembuatan konten dengan talent MNC.....	49
Gambar 3.14 Proses Editing Konten Bersama Talent MNC.....	50
Gambar 3.15 Koordinasi Pemegang Kepada Supervisor Mengenai Editing.....	51
Gambar 3.16 Konten Daily Reels Bersama Talent MNC.....	52
Gambar 3.17 Konten Daily Reels Dengan Menggunakan Objek Diri Sendiri.....	52
Gambar 3.18 Pembuatan Konten Daily Story.....	53
Gambar 3.19 Konten daily story.....	54
Gambar 3.20 Konten Tiktok.....	55
Gambar 3.21 Konten Twitter.....	55
Gambar 3.22 Konten Youtube Shorts.....	55
Gambar 3.23 Interaksi Dengan Audiens.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

A. Surat Pengantar MBKM (MBKM 01).....	65
B. Kartu MBKM (MBKM 02).....	66
C. Daily Task Kewirausahaan (MBKM 03).....	67
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04).....	85
E. Lembar Penilaian Kerja Magang.....	86
F. Lampiran pengecekan hasil Turnitin.....	87
G. Dokumentasi.....	91
H. Hasil Karya.....	93