

**PERAN CONTENT CREATOR PADA DIVISI DIGITAL
MARKETING DI PT PASSION ABADI KORPORA**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

Vanca Angela Sigarlaki

0000066437

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

2024

**PERAN CONTENT CREATOR PADA DIVISI DIGITAL
MARKETING DI PT PASSION ABADI KORPORA**



LAPORAN MAGANG

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

Vanca Angela Sigarlaki

00000066437

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

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Vanca Angela Sigarlaki

Nomor Induk Mahasiswa : 00000066437

Program Studi : Ilmu Komunikasi

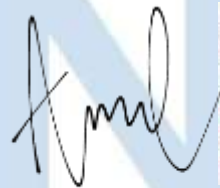
Laporan Magang dengan judul:

PERAN CONTENT CREATOR PADA DIVISI DIGITAL MARKETING DI PT. PASSION ABADI KORPORA

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 Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 13 Juni 2024



(Vanca Angela Sigarlaki)

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**PERAN CONTENT CREATOR PADA DIVISI DIGITAL MARKETING DI
PT PASSION ABADI KORPORA**

Oleh

Nama : Vanca Angela Sigarlaki
NIM : 00000066437
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Jumat, 21 Juni 2024

Pukul 13.00 s.d 14.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.


Ketua Sidang



Dig
Intan Pr
Date: 2024.0
21:58:38 +07'00

Intan Primadini, S.Sos., M.Si
NIDN 0326098501

Penguji



No
Prawhe
2024.06.28
19:06:47 +07'00'

Novaldy Prawhesmara, S.Kom., M.I.Kom.
NIDN 0307117806

Pembimbing



Digitally signed by
Intan Primadini
Date: 2024.06.30
21:59:00 +07'00'

Intan Primadini, S.Sos., M.Si
NIDN 0326098501

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky
Anugrah Bangun
2024.07.01 10:22:42
+07'00'

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 : Vanca Angela Sigarlaki

NIM : 00000066437

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya Ilmiah : Laporan MBKM

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 DIVISI DIGITAL MARKETING DI PT. PASSION ABADI KORPORA

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 tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 13 Juni 2024

Yang menyatakan,



(Vanca Angela Sigarlaki)

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 DIVISI DIGITAL MARKETING DI PT. PASSION ABADI KORPORA”

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:

Mengucapkan terima kasih

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 Intan Primadini, S.Sos., M.Si. sebagai Pembimbing atas kesabaran dan ketersediaannya yang telah memberi semangat, dukungan serta meluangkan banyak waktu untuk memberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan laporan MKBKM *Track 1* ini. Tanpa beliau saya tidak dapat menuliskan laporan magang ini dengan baik.
5. Bapak Casidi Cahyo sebagai Pembimbing Lapangan, serta Bapak Jowen Lira selaku *Art Director*, serta Ibu Lilis, Ibu Sarah Nurbasiroh dan Ibu Listiarini Ediyanti Queen selaku rekan divisi *digital marketing* yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesaikannya laporan MBKM *Track*
6. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga pekerja magang dapat menyelesaikan laporan MBKM *Track 1* ini.

7. Muhammad Arya Hikmat yang telah sabar dan bersedia untuk memberikan bantuan dan dukungan untuk menyelesaikan penulisan laporan MBKM *Track 1* ini.
8. Rahmah Inayah, Ivana Marshintauli dan teman-teman lainnya yang tidak bisa pekerja magang sebutkan satu per satu, atas bantuan, doa serta ketersediaan dalam bertukar pikiran untuk penulisan laporan MBKM *Track 1* ini.

Pekerja magang menyadari bahwa laporan magang ini masih sangat jauh dari kata sempurna dan banyak kesalahan, maka dari itu pekerja magang sangat terbuka untuk kritik dan saran untuk memperbaiki laporan ini. Semoga karya ilmiah ini dapat menjadi motivasi, pembelajaran dan sumber informasi bagi para pembaca di kemudian hari, khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 13 Juni 2024



(Vanca Angela Sigarlaki)

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERAN CONTENT CREATOR PADA DIVISI DIGITAL MARKETING DI PT PASSION ABADI KORPORA

Vanca Angela Sigarlaki

ABSTRAK

Minat masyarakat terhadap perhiasan semakin bertumbuh seiring berjalannya waktu. Bagi sebagian orang, PT. Passion Abadi Korpora, sebagai salah satu perusahaan perhiasan berlian terbesar di Indonesia, dipilih untuk studi ini karena sejarah dan reputasinya yang kuat sejak berdiri pada tahun 2005. Didirikan oleh Antonio Prawira dan Airyn Tanu yang memiliki ketertarikan khusus pada perhiasan. Posisi pekerja magang sebagai content creator intern ditujukan sebagai pembuat konten dalam sosial media bagi brand dibawah naungan PT. Passion Abadi Korpora, dengan tujuan agar konten-konten yang di produksi dapat menjadi saluran komunikasi antara brand dan customer. Selama pelaksanaan magang di PT. Passion Abadi Korpora, terdapat beberapa kendala yang dihadapi, terutama dalam aspek Digital Marketing. Kendala yang muncul meliputi perancangan dan produksi konten yang harus selalu menarik dan sesuai dengan tren, pembuatan laporan media sosial yang memerlukan ketelitian tinggi, serta pelaksanaan live shopping yang membutuhkan koordinasi dan kemampuan komunikasi yang baik. Untuk mengatasi kendala tersebut, berbagai solusi diterapkan. Strategi perancangan konten diperbaiki dengan riset tren terkini dan umpan balik dari audiens, pembuatan laporan diotomatisasi dengan alat analitik yang lebih canggih untuk meningkatkan efisiensi dan akurasi, dan pelatihan khusus diadakan untuk meningkatkan kemampuan komunikasi internal dan eksternal. Implementasi solusi-solusi ini tidak hanya membantu mengatasi kendala yang dihadapi, tetapi juga meningkatkan kualitas dan efektivitas kegiatan Digital Marketing di PT. Passion Abadi Korpora

Kata kunci: Perhiasan Berlian, Digital Marketing, PT. Passion Abadi Korpora

THE ROLE OF CONTENT CREATOR IN DIGITAL MARKETING DIVISION AT PT. PASSION ABADI KORPORA

Vanca Angela Sigarlaki

ABSTRACT

People's interest in jewelry has been growing over time. For some, PT Passion Abadi Korpora, as one of the largest diamond jewelry companies in Indonesia, was chosen for this study due to its strong history and reputation since its establishment in 2005. Founded by Antonio Prawira and Airyn Tanu who have a special interest in jewelry. The intern's position as an internal content creator is intended as a content creator in social media for brands under the auspices of PT Passion Abadi Korpora, with the aim that the content produced can be a channel of communication between brands and customers. During the implementation of the internship at PT Passion Abadi Korpora, there were several obstacles faced, especially in the aspect of Digital Marketing. The obstacles that arise include designing and producing content that must always be interesting and in accordance with trends, making social media reports that require high accuracy, and implementing live shopping which requires good coordination and communication skills. To overcome these obstacles, various solutions were implemented. Content design strategies were improved by researching current trends and audience feedback, report generation was automated with more advanced analytics tools to increase efficiency and accuracy, and specialized training was held to improve internal and external communication skills. The implementation of these solutions not only helped overcome the obstacles faced, but also improved the quality and effectiveness of Digital Marketing activities at PT Passion Abadi Korpora.

Keywords: *Diamond Jewelry, Digital Marketing, Passion Jewelry Group*

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

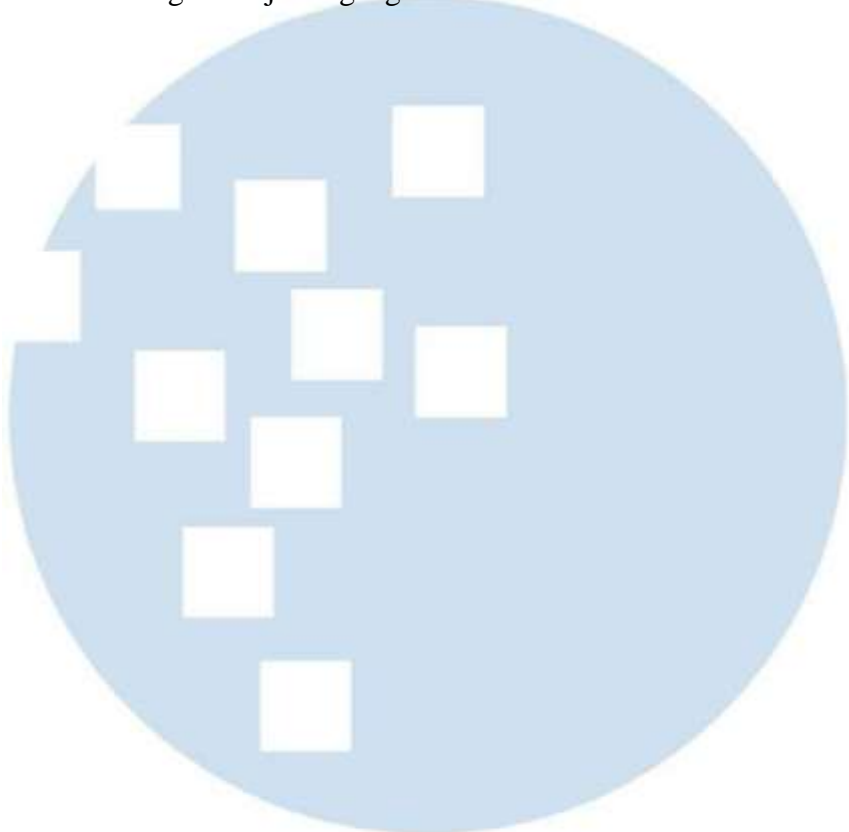
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang.....	3
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	3
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang.....	3
1.3.2Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	4
BAB II	7
2.1 Tentang PT. Passion Abadi Korpora.....	7
2.2 Visi Misi PT. Passion Abadi Korpora.....	7
2.3 Struktur Organisasi Perusahaan	8
BAB III.....	11
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	11
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang.....	12
3.2.1 Tugas Kerja Magang.....	13

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang.....	13
1.1 Social Media Marketing.....	13
1.2 Content Planning and Making.....	19
1.3 Live Streaming.....	27
3.3 Kendala Utama	29
3.4 Solusi.....	31
BAB IV	33
4.1 Simpulan.....	33
4.2 Saran.....	34
DAFTAR PUSTAKA	36
LAMPIRAN	37



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Uraian Tugas Kerja Magang 13



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo PT. Passion Abadi Korpora.....	2
Gambar 2.1 Struktur Perusahaan PT. Passion Abadi Korpora.....	8
Gambar 2.2 Struktur Divisi Digital Marketing PT. Passion Abadi Korpora.....	9
Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT. Passion Abadi Korpora.....	11
Gambar 3.2 Pemilihan media sosial untuk mengunggah pengumuman kampanye twin date live sale.....	17
Gambar 3.3 Contoh pesan kampanye yang menarik pengalaman audiens dan dicantumkan ke dalam konten	18
Gambar 3.4 Konten Instagram dan TikTok dengan strategi realisasi antara drama Korea dan diamond jewelry untuk Diamond & Co.....	21
Gambar 3.5 Perbedaan insight photo slides antara Instagram dan TikTok yang dapat dilihat melalui jumlah likes	22
Gambar 3.6 Perbedaan tipe konten antara brand Passion Jewelry dan Diamond & Co.....	23
Gambar 3.7 Contoh laporan metriks yang dibuat oleh pekerja magang untuk melihat jangkauan konten brand Diamond & Co.....	25
Gambar 3.8 Penerapan teori sharing triggers dalam konten untuk brand Diamond & Co.....	26
Gambar 3.9 Live Streaming dengan KOL brand Diamond & Co.....	28



DAFTAR LAMPIRAN

A. Surat Pengantar MBKM - MBKM 01	37
B. Kartu MBKM (MBKM 02)	30
C. Daily Task Kewirausahaan (MBKM 03)	31
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04)	44
E. Surat Penerimaan MBKM (LoA)	45
F. Hasil Pengecekan Turn It In	46
G. Formulir Konsultasi Bimbingan	48
H. Curriculum Vitae / Resume	49
I. Dokumentasi Kerja Magang	50



