

**AKTIVITAS CONTENT CREATIVE INTERN PADA PT
BANGUN MEDIA INDONESIA (BRAND MEDIA INDONESIA)**



LAPORAN MAGANG

Hana Salsabila Azzahra

00000067773

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

**AKTIVITAS CONTENT CREATIVE INTERN PADA PT
BANGUN MEDIA INDONESIA (BRAND MEDIA INDONESIA)**



LAPORAN MAGANG

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

HANA SALSABILA AZZAHRA

00000067773

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Hana Salsabila Azzahra

NIM : 0000067773

Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul

AKTIVITAS CONTENT CREATIVE INTERN PADA PT BANGUN MEDIA INDONESIA (BRAND MEDIA 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 Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 19 Oktober 2024



(Hana Salsabila Azzahra)

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
**AKTIVITAS CONTENT CREATIVE INTERN PADA PT BANGUN
MEDIA INDONESIA (BRAND MEDIA INDONESIA)**

Oleh

Nama : Hana Salsabila Azzahra

NIM : 00000067773

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 31 Oktober 2024
Pukul 16.00 s.d 17.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Maria A. G. E., S.I.Kom., M.Si.
NIDN 0309129202

Eko Hadi Saputro, S.E., M.M.
NIDN 0303056102

Pembimbing

Maria A. G. E., S.I.Kom., M.Si.
NIDN 0309129202

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hana Salsabila Azzahra
NIM : 00000067773
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Judul 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:

“AKTIVITAS CONTENT CREATIVE INTERN PADA PT BANGUN MEDIA INDONESIA (BRAND MEDIA 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 tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 19 Oktober 2024



(Hana Salsabila Azzahra)

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

“AKTIVITAS CONTENT CREATIVE INTERN PADA PT BANGUN MEDIA INDONESIA (BRAND MEDIA

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 merasa sangat bersyukur karena laporan magang *track 2* ini dapat diselesaikan dengan lancar. Proses penyusunan laporan magang ini tentu bukan hal yang mudah sehingga saya menyadari betul bahwa tanpa motivasi, bimbingan, dan dukungan yang tulus dari berbagai pihak, saya akan menghadapi banyak kesulitan yang mungkin akan memperlambat penyelesaian laporan ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si. 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 Maria Advenita G. E., S.I.Kom., M.Si. sebagai Pembimbing Magang yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesaikannya laporan magang *track 2* ini.
5. Bapak Peter Johannes Rotti selaku Supervisor saya yang telah membimbing saya selama proses magang berlangsung dan sudah banyak memberi kepercayaan kepada saya disaat saya kadang ragu dengan diri saya sendiri.
6. Rekan-rekan kantor di Brand Media Indonesia, Ibu Elli, Ibu Nadilla, Ibu Yoddie, Ibu Icha, Ibu Dewi, Bapak Rompal, Bapak Samuel, Bapak Ifik,

dan seluruh anggota Department Brand Publishing yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu. Terima kasih telah menerima saya dengan sangat baik dan selalu memberikan memberikan motivasi kepada saya selama menjalani masa magang ini.

7. Keluarga, terutama Mama yang senantiasa melimpahkan kasih sayang dan memberikan dukungan baik secara material maupun moral.
8. Teman-teman seperjuangan yang setia memberikan semangat, Laura, Nareesha, Christabel, Jovelin, Chelsea, Ida, Mesya, Sarah, dan Syafika untuk menyelesaikan laporan magang *track 2* ini.

Besar harapan saya bahwa laporan magang ini dapat menjadi sumber inspirasi, motivasi, dan pengetahuan yang bermanfaat bagi para pembaca, terutama mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 19 Oktober 2024



(Hana Salsabila Azzahra)

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

AKTIVITAS CONTENT CREATIVE INTERN PADA PT BANGUN MEDIA INDONESIA (BRAND MEDIA INDONESIA)

Hana Salsabila Azzahra

ABSTRAK

Transformasi digital telah membuka peluang baru bagi perusahaan dalam menciptakan dan mendistribusikan konten kreatif. Meskipun demikian, merancang kampanye terintegrasi yang efektif di berbagai media tetap menjadi tantangan yang tidak mudah. Brand Media Indonesia hadir sebagai solusi untuk memenuhi kebutuhan ini dengan layanan unggulannya, *Integrated Media Management*, yang dirancang untuk membantu klien dalam mengelola dan mengoptimalkan kehadiran media mereka. Tujuan dari magang ini adalah untuk mengimplementasikan proses kerja sebagai Content Creative Intern di Brand Media Indonesia. Penulis bekerja di Divisi Creative and Content, yang bertanggung jawab dalam merancang strategi pemasaran untuk brand klien melalui pembuatan konten kreatif seperti podcast. Salah satu tantangan signifikan selama magang adalah perbedaan antara teori akademis dan aplikasi praktis, terutama terkait dengan mekanisme penulisan skrip podcast. Namun, tantangan ini berhasil diatasi dengan baik. Penulis dapat melaksanakan tugas dengan penuh tanggung jawab dan berhasil mengaplikasikan berbagai ilmu yang telah diperoleh dari Universitas Multimedia Nusantara, terutama dari mata kuliah seperti *Transmedia & Brand Storytelling*, *Social Media & Mobile Marketing Strategy*, *Art Copywriting & Creative Strategy*, *Advertising Business & Management*, *Creative Media Production*, dan *Visual & Photographic Communication*, untuk menciptakan konten di berbagai platform.

Kata Kunci: Media Digital, *Integrated Media Management*, Brand Media Indonesia, *Content Creative Intern*, Podcast.

U M M N
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

CONTENT CREATIVE INTERN ACTIVITIES AT PT BANGUN MEDIA INDONESIA (BRAND MEDIA INDONESIA)

Hana Salsabila Azzahra

ABSTRACT

Digital transformation has opened new opportunities for companies to create and distribute creative content. Despite this, crafting effective integrated campaigns across multiple media remains a complex challenge. Brand Media Indonesia serves as a key solution to this issue with its premier offering, Integrated Media Management, which aims to assist clients in managing and enhancing their media presence. The purpose of this internship is to implement workflows as a Content Creative Intern at Brand Media Indonesia. The writer worked in the Creative and Content Division, responsible for designing marketing strategies for clients' brands through the creation of innovative content such as podcasts. A significant challenge during the internship was the disparity between academic theory and practical application, particularly regarding the mechanics of writing podcast scripts. However, these challenges were effectively overcome. The writer was able to carry out her tasks responsibly and successfully applied the various knowledge gained from Universitas Multimedia Nusantara, particularly from courses such as Transmedia & Brand Storytelling, Social Media & Mobile Marketing Strategy, Art Copywriting & Creative Strategy, Advertising Business & Management, Creative Media Production, and Visual & Photographic Communication, to create content across various platforms.

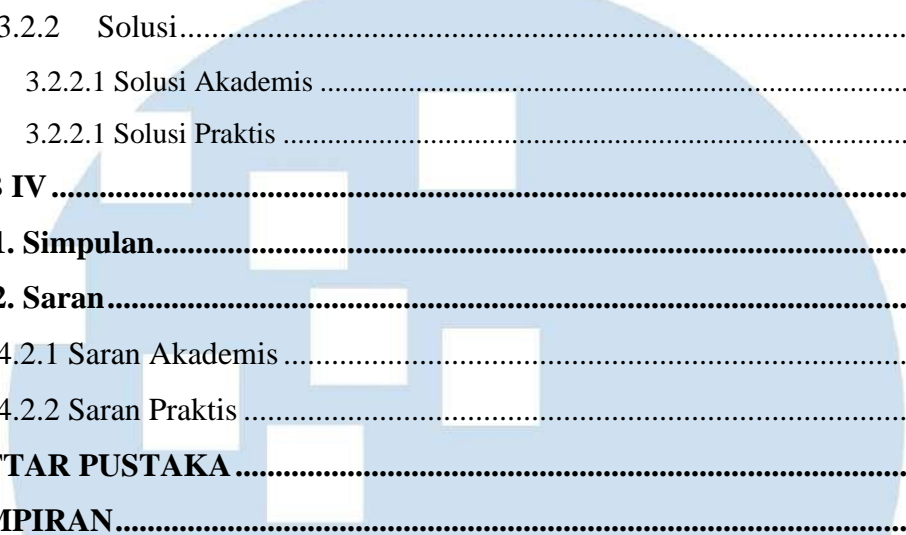
Keyword: Digital Media, Integrated Media Management, Brand Media Indonesia, Content Creative Intern, Podcast.

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

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
BAB I	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang	6
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	7
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	7
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	7
BAB II	10
2.1 Profil Perusahaan	10
2.1 Visi dan Misi	20
2.1.1 Visi	20
2.1.2 Misi	20
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	21
2.3 Lingkup Kerja	22
BAB III	24
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang	24
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang	25
3.2.1 Kendala Utama	45
3.2.1.1 Kendala Akademis	45
3.2.1.1 Kendala Praktis	45



3.2.2 Solusi.....	46
3.2.2.1 Solusi Akademis	46
3.2.2.1 Solusi Praktis	47
BAB IV	49
4.1. Simpulan.....	49
4.2. Saran.....	52
4.2.1 Saran Akademis	52
4.2.2 Saran Praktis	53
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN.....	56

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Rincian Aktivitas Magang	27
Tabel 1. 2 Alur Pra-Produksi	28
Tabel 1. 3 Alur Proses Produksi Konten.....	40
Tabel 1. 4 Alur Proses Post-Produksi	43

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Indonesia Gen Z Report 2024	1
Gambar 2. 1 Logo Brand Media Indonesia.....	10
Gambar 2. 2 Logo Indonesian Digital Association.....	11
Gambar 2. 3 Klien Perusahaan.....	12
Gambar 2. 4 Beranda Website Nutricia Professional.....	13
Gambar 2. 5 Fitur Website Nutricia Professional	13
Gambar 2. 6 Instagram KAO Indonesia.....	15
Gambar 2. 7 Podcast Jauh Lebih Baik KAO	15
Gambar 2. 8 Instagram IAQ Panasonic.....	16
Gambar 2. 9 Website Kanya	17
Gambar 2. 10 Artikel Promosi Zurich.....	18
Gambar 2. 11 Instagram Cookin	19
Gambar 2. 12 Website Digation.....	20
Gambar 2. 13 Struktur Department Publishing.....	22
Gambar 2. 14 Lingkup Kerja	22
Gambar 3. 1 Objektif Kampanye KAO.....	29
Gambar 3. 2 Brand Direction Podcast KAO.....	29
Gambar 3. 3 Insight Campaign KAO.....	31
Gambar 3. 4 Outline Podcast KAO.....	32
Gambar 3. 5 Skrip Podcast KAO	34
Gambar 3. 6 Skrip Podcast Nutricia Professional.....	35
Gambar 3. 7 Survei Pabrik Panasonic.....	37
Gambar 3. 8 Storyboard Pompa Air Panasonic	38
Gambar 3. 9 Skrip Opening Konten Panasonic Battery.....	38
Gambar 3. 10 Skrip Konten Panasonic Battery Sumber: Olahan Data Penulis... ..	39
Gambar 3. 11 Behind The Scene Podcast Nutricia Professional	41
Gambar 3. 12 Behind The Scene Shooting Panasonic Battery	42
Gambar 3. 13 Feedback Podcast Nutricia Professional	44
Gambar 3. 14 Feedback Video PATEN Panasonic.....	44
Gambar 3. 15 Kutipan Podcast Nutricia Professional.....	47

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA