

**PERAN DIGITAL CONTENT CREATOR DI PT SERPONG CIPTA  
KREASI**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN MAGANG**

**VANESSA YOLANDA**

**0000056931**

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

**2025**

**PERAN DIGITAL CONTENT CREATOR DI PT SERPONG  
CIPTA KREASI**



**LAPORAN MAGANG**

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

**VANESSA YOLANDA**

**0000056931**

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

**2025**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Vanessa Yolanda

Nomor Induk Mahasiswa : 00000056931

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

### **“PERAN DIGITAL CONTENT CREATOR DI PT SERPONG CIPTA KREASI”**

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

Tangerang, 5 Januari 2025



(Vanessa Yolanda)

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul

### PERAN DIGITAL CONTENT CREATOR DI PT SERPONG CIPTA KREASI

Oleh

Nama : Vanessa Yolanda

NIM : 00000056931

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 13 Januari 2025

Pukul 16.00 s/d 17.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut

Ketua Sidang

Penguji



Chininta Rizka Angelia, S.I.Kom., M.Si  
NIDN 0320079201



Vega Karina Andira Putri, S.Sos., M.Si.  
NIDN: 0307128703

Pembimbing



Chininta Rizka Angelia, S.I.Kom., M.Si  
NIDN 0320079201

Ketua Program Studi Ilmu Komunkasi



Cendera Rizky Anugrah Bangun, M. Si  
NIDN 0304078404

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

Sebagai civitas akademika Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Vanessa Yolanda

NIM : 00000056931

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya : Laporan Magang

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

**PERAN DIGITAL CONTENT CREATOR DI PT SERPONG CIPTA  
KREASI**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalih mediakan / mengalih 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, 5 Januari 2025

Yang menyatakan,



(Vanessa Yolanda)

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat yang telah diberikan atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul: **“PERAN DIGITAL CONTENT CREATOR DI PT SERPONG CIPTA KREASI”** yang dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, Jurusan Komunikasi Strategis pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Penulis menyadari bahwa, tanpa adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan hingga pada penyusunan laporan magang ini, sangatlah sulit bagi saya untuk dapat menyelesaikan laporan magang ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Andrey Andoko selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi 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 yang memberikan persetujuan kepada pekerja magang untuk dapat melaksanakan magang di PT Serpong Cipta Kreasi.
4. Ibu Chinita Rizka Angelia, S.I.Kom, M.Si selaku pembimbing yang bersedia meluangkan waktu untuk bimbingan secara daring, memberikan masukan dan memberikan arahan yang bersifat membangun serta membantu dalam memberikan buku-buku sebagai referensi atas terselesainya laporan magang ini.
5. PT Serpong Cipta Kreasi selaku perusahaan yang memberikan kesempatan untuk pekerja magang dapat melaksanakan kerja magang dan memperoleh pengalaman di dunia kerja dalam bidang Digital Content Creator.

6. Ibu Dinda Oktavia sebagai pembimbing sekaligus *Supervisor* yang memberikan arahan serta ilmu-ilmu yang berguna di dunia pekerjaan dan Ibu Jesslyn Xylona yang ikut mmebantu dan memberikan banyak arahan dalam membuat konten.
7. Keluarga yang telah mmeberikan dukungan baik secara mental, moral, bahkan material yang dibutuhkan hingga laporan magang ini selesai.
8. Teman saya, Shafa Rhaisa yang membantu saya memberikan dukungan semangat, mmebantu berdiskusi hingga laporan ini selesai.

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

Tangerang, 5 Januari 2025



(Vanessa Yolanda)

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# THE ROLE OF DIGITAL CONTENT CREATORS AT PT SERPONG

## CIPTA KREASI

Vanessa Yolanda

### ABSTRAK

Perkembangan industri properti membuat PT Serpong Cipta Kreasi untuk membentuk tim promosi untuk meningkatkan *brand awareness* dan penjualan melalui strategi pemasaran yang efektif. PT Serpong Cipta Kreasi yang merupakan anak perusahaan dari PT Summarecon Agung Tbk, bergerak di bidang *real estate* dan properti yang berdiri pada tahun 1975. Karena dari data yang ada, setiap tahunnya penggunaan internet meningkat sehingga perusahaan memanfaatkan internet untuk pemasaran digital hingga membentuk tim promosi yang akan menjalankan hal-hal yang berkaitan dengan sosial media dan juga pemasaran produk melalui: pembuatan *brief* dan konten digital untuk media sosial serta kemampuan *copywriting*. Namun, ada beberapa kendala di dalam internal perusahaan seperti instruksi yang kurang jelas dan adanya pembagian waktu yang kurang baik dalam tim promosi. Selain itu, dapat disimpulkan bahwa tim promosi sangat memiliki peranan yang penting dalam pemasaran produk melalui media sosial.

**Kata Kunci:** Digital Content Creator, Strategi Pemasaran, Properti, Media Sosial



# DIGITAL CONTENT CREATOR ACTIVITIES AT PT SERPONG CIPTA

## KREASI

Vanessa Yolanda

### ABSTRACT

*The development of the property industry has made PT Serpong Cipta Kreasi form a promotion team to increase brand awareness and sales through effective marketing strategies. PT Serpong Cipta Kreasi, a subsidiary of PT Summarecon Agung Tbk, is engaged in real estate and property and was established in 1975. Because from the existing data, every year internet usage increases so the company utilizes the internet for digital marketing to form a promotion team that will carry out matters related to social media and also product marketing through: making briefs and digital content for social media and copywriting skills. However, there are several obstacles within the company such as unclear instructions and poor time allocation in the promotion team. In addition, it can be concluded that the promotion team has a very important role in marketing products through social media.*

*Keywords: Digital Content Creator, Marketing Strategy, Property, Social Media*

## DAFTAR ISI

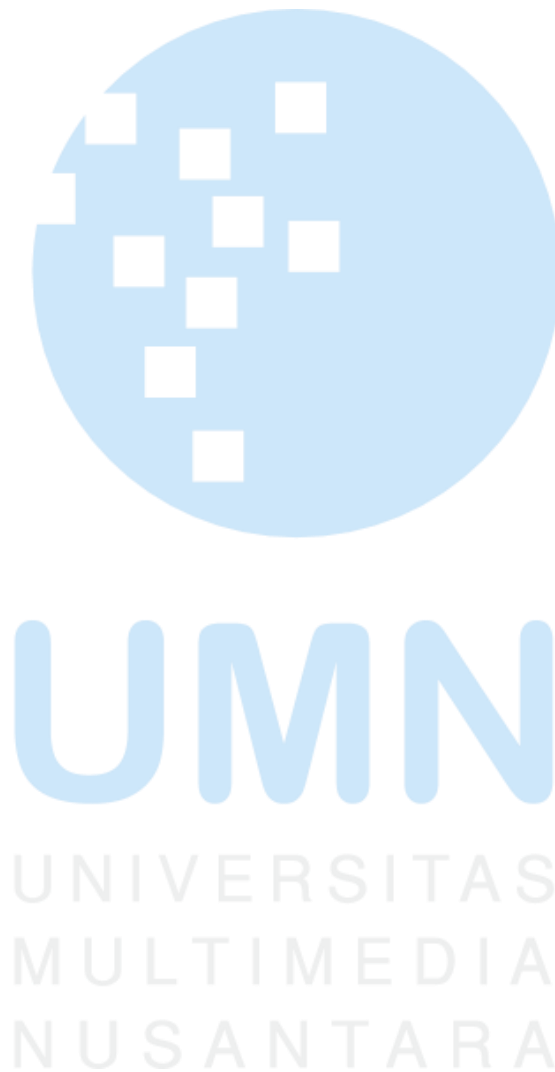
|   |             |
|---|-------------|
| <b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</b>   | <b>ii</b>   |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN</b>  | <b>iii</b>  |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK<br/>KEPENTINGAN AKADEMIS</b>                | <b>iv</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR</b>   | <b>v</b>    |
| <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  | 5           |
| 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang   | 5           |
| 1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang  | 5           |
| 1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang   | 6           |
| A. Proses Administrasi beserta Proses Pengajuan<br>dan Penerimaan Magang di Tempat kerja Magang | 6           |
| B. Proses Pelaksanaan Praktek Kerja Magang  | 7           |
| C. Proses Pembuatan Laporan Praktek Kerja Magang  | 8           |
| D. laporan Praktek Kerja Magang   | 8           |
| <b>BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b>  | <b>9</b>    |
| 2.1 Sejarah Singkat Perusahaan  | 9           |
| 2.1.1 Visi dan Misi PT Serpong Cipta Kreasi   | 10          |
| 2.1.2 Logo PT Serpong Cipta Kreasi  | 10          |

|   |           |
|---|-----------|
| 2.1.3 Nilai-Nilai PT Serpong Cipta Kreasi       | 11        |
| 2.2 Struktur Organisasi PT Serpong Cipta Kreasi | 14        |
| <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         | 19        |
| 3.2.1 Tugas Kerja Magang                        | 19        |
| 3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang           | 19        |
| A. <i>Copywriting</i>                           | 19        |
| B. <i>Content Marketing Strategy</i>            | 34        |
| 3.3 Kendala yang Ditemukan                      | 53        |
| 3.4 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan          | 53        |
| <b>BAB IV SIMPULAN DAN SARAN</b>                | <b>55</b> |
| 4.1 Simpulan                                    | 55        |
| 4.2 Saran                                       | 56        |
| 1. Saran untuk Perusahaan                       | 56        |
| 2. Saran untuk Universitas                      | 57        |
| 3. Saran untuk Mahasiswa                        | 57        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b>                           | <b>59</b> |
| <b>LAMPIRAN</b>                                 | <b>62</b> |

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Uraian Tugas Magang

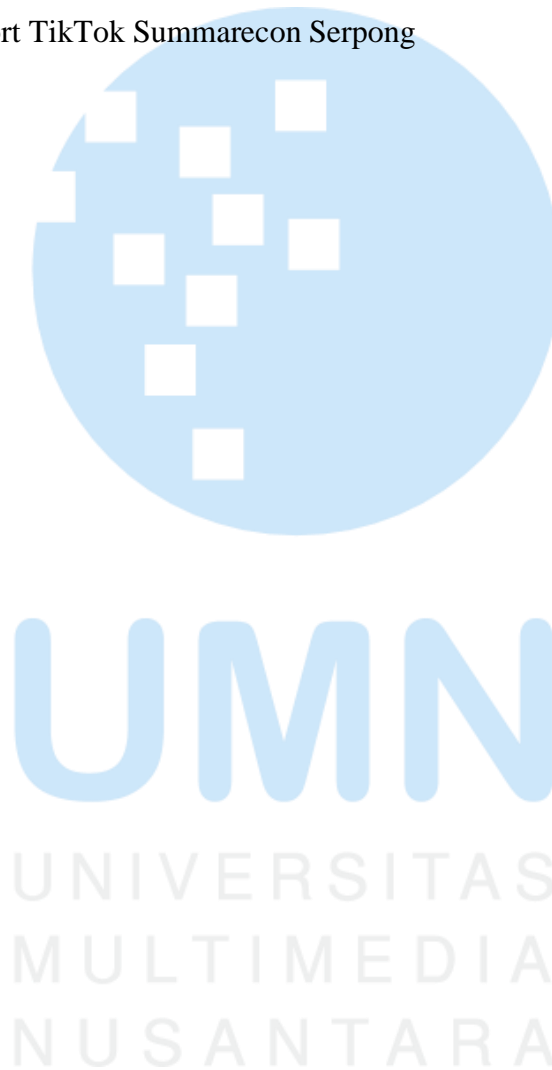
18



## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 1.1 Tingkat Pertumbuhan Penjualan Properti di Indonesia                | 2  |
| Gambar 1.2 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia per Januari 2024             | 3  |
| Gambar 2.1 Logo Summarecon Serpong  | 10 |
| Gambar 2.2 Nilai “CARING” PT Serpong Cipta Kreasi                             | 11 |
| Gambar 2.3 Pilar Nilai “CARING” PT Serpong Cipta Kreasi                       | 11 |
| Gambar 2.4 Struktur Organisasi PT Serpong Cipta Kreasi                        | 14 |
| Gambar 2.5 Struktur Divisi Promosi  | 16 |
| Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi  | 18 |
| Gambar 3.2 Riset Trend Bisnis 2025  | 22 |
| Gambar 3.3 Penggunaan Chat GPT  | 23 |
| Gambar 3.4 Penulisan <i>Caption</i> sesuai dengan komponen <i>Copywriting</i> | 25 |
| Gambar 3.5 <i>Caption Practical Advice</i> dan <i>Solution</i>                | 26 |
| Gambar 3.6 Contoh Pola <i>Benefits Over Features</i> (1)                      | 28 |
| Gambar 3.7 Contoh Pola <i>Benefits Over Features</i> (2)                      | 29 |
| Gambar 3.8 Contoh Pola <i>Repetition</i> (1)                                  | 30 |
| Gambar 3.9 Contoh Pola <i>Repetition</i> (2)                                  | 30 |
| Gambar 3.10 Contoh Pembuatan Threads  | 31 |
| Gambar 3.11 Contoh Pembuatan Threads  | 32 |
| Gambar 3.12 Content Pillar  | 38 |
| Gambar 3.13 Contoh Pembuatan <i>Brief Content Carousel Tips &amp; Trick</i>   | 39 |
| Gambar 3.14 Content Plan TikTok   | 40 |
| Gambar 3.15 Shooting Menjadi <i>Talent</i>                                    | 41 |
| Gambar 3.16 Konten Mandiri Pekerja Magang                                     | 42 |
| Gambar 3.17 Publikasi Konten TikTok   | 43 |
| Gambar 3.18 Contoh <i>Story</i> Instagram Tentang Edukasi                     | 44 |
| Gambar 3.19 Contoh <i>Story</i> Instagram Interaktif                          | 45 |

|  |    |
|--|----|
| Gambar 3.20 Contoh Threads Interaktif dan Edukasi  | 45 |
| Gambar 3.21 Menjalin Kerjasama dengan KOL          | 46 |
| Gambar 3.22 <i>Media Metrics</i>                   | 47 |
| Gambar 3.23 Evaluasi Konten Mandiri Pekerja Magang | 48 |
| Gambar 3.24 Konten <i>Lifestyle</i> Pekerja Magang | 49 |
| Gambar 3.25 Konten <i>Promotion</i> Pekerja Magang | 50 |
| Gambar 3.26 Report TikTok Summarecon Serpong       | 50 |



## DAFTAR LAMPIRAN

|  |    |
|--|----|
| Lampiran A. Surat Pengantar MBKM 01                            | 60 |
| Lampiran B. Kartu MBKM 02                                      | 61 |
| Lampiran C. Daily Task MBKM 03                                 | 62 |
| Lampiran D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM 04                  | 63 |
| Lampiran E. Surat Penerimaan Kerja Magang (LOA)                | 64 |
| Lampiran F. Formulir Konsultasi Magang                         | 65 |
| Lampiran G. Pengecekan Hasil Turnitin                          | 66 |
| Lampiran H. Semua Hasil Karya Tugas yang Dilakukan Selama MBKM | 68 |
| Lampiran I. <i>Curriculum Vitae</i> (CV)                       | 69 |

