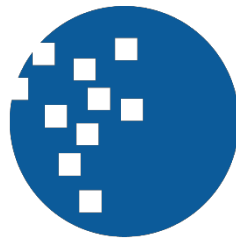


**PERAN *CONTENT CREATOR* DI ELORA
(PT REALCO WINTA INDONESIA)**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

PATRICIA CAROLIN LEO

0000060175

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

2025

PERAN *CONTENT CREATOR* DI ELORA

(PT REALCO WINTA INDONESIA)



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

PATRICIA CAROLIN LEO

0000060175

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Patricia Carolin Leo

Nomor Induk Mahasiswa : 00000060175

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

**PERAN *CONTENT CREATOR* DI ELORA (PT REALCO WINTA
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 skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 14 Januari 2025



Patricia Carolin Leo

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**PERAN *CONTENT CREATOR* DI ELORA (PT REALCO WINTA
INDONESIA)**

Oleh
Nama : Patricia Carolin Leo
NIM : 00000060175
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 14 Januari 2025
Pukul 09.00 s.d 10.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji



Dr. Sari Monik Agustin, S.Sos., M.Si
NIDN 0326087604

Anton Binsar, S.Sos., M.Si.
NIDN 0309027705

Pembimbing



Dr. Sari Monik Agustin, S.Sos., M.Si.
NIDN 0326087604

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugrah Bangun, 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 : Patricia Carolin Leo

NIM : 00000060175

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis 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:

PERAN *CONTENT CREATOR* DI ELORA (PT REALCO WINTA 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, 14 Januari 2025

Yang menyatakan,


Patricia Carolin Leo

KATA PENGANTAR

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

“PERAN *CONTENT CREATOR* DI ELORA (PT REALCO WINTA 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 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 Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr Rismi Juliandi, S.T., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si, Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara
4. Ibu Dr. Sari Monik Agustin, S.Sos., M.Si., selaku Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Kak Yohanes Yogie, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian. Serta Kak Arien, Kak Britney, Zerafia, Galuh, Hendra, Nasya dan indah sebagai rekan departemen *marketing* di Realco yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan masukan selama proses kerja magang berlangsung.

6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga saya dapat menyelesaikan laporan magang ini.
7. Seluruh teman–teman saya, Diego Revaldo, Raka Wedya, Zhahira Khalidah, Anita Paramitha, Samantha Nicole, Angelica Laurentine dan teman–teman yang masih banyak lagi namanya belum saya sebutkan. Terima kasih telah menemani dan selalu memberi dukungan dalam menyelesaikan laporan magang ini.

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

Tangerang, 14 Januari 2025



Patricia Carolin Leo

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERAN *CONTENT CREATOR* DI ELORA

(PT REALCO WINTA INDONESIA)

Patricia Carolin Leo

ABSTRAK

Di zaman sekarang perkembangan pengetahuan di bidang teknologi mengalami kemajuan yang sangat signifikan, terutama dalam domain digital, sehingga zaman sekarang dijuluki dengan era digital. Pada masa kini, pemanfaatan teknologi digital telah merambah berbagai sektor industri dan dimanfaatkan secara luas oleh masyarakat untuk mencapai beragam tujuan, salah satunya merupakan pengembangan usaha yang menggunakan pemasaran digital. PT. Realco Winta Indonesia merupakan Perusahaan yang menaungi beberapa brand yang bergerak dibidang produk Kesehatan dan skincare. Salah satunya yaitu ELORA. Dalam menjalankan operasional bisnisnya, Elora memanfaatkan strategi pemasaran digital sebagai salah satu instrumen kunci untuk mencapai target dan sasaran perusahaan. Untuk mengoptimalkan aktivitas pemasaran digital, Elora memiliki divisi khusus yang menaungi posisi Content Creator, jabatan yang ditempati oleh mahasiswa selama menjalani program magang. Kerja magang yang dilakukan bertujuan mengetahui peran serta tugas yang dilakukan oleh divisi Content Creator dalam strategi pemasaran digital serta dampaknya terhadap engagement dan brand awareness, serta mengembangkan kompetensi teknis dan non-teknis yang selaras dengan tuntutan jabatan tersebut. Penyusunan laporan ini mengacu pada konsep pengembangan konten yang diutarakan oleh Kotler. Sepanjang pelaksanaan program magang, hambatan yang dihadapi berkaitan dengan minimnya inspirasi dalam penciptaan konten dan efektivitas pengelolaan waktu. Dapat disimpulkan bahwasanya pengembangan konten pemasaran pada platform media sosial merupakan strategi yang efektif dalam mengoptimalkan aktivitas pemasaran digital untuk meningkatkan brand awareness di kalangan pelanggan

Kata kunci: *Content Creator*, Media Sosial, Pemasaran Digital

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

THE ROLE OF CONTENT CREATOR IN ELORA (REALCO WINTA INDONESIA)

Patricia Carolin Leo

ABSTRACT

In today's world, knowledge about technology is rapidly advancing, particularly in the digital realm, leading to the current era being dubbed the digital age. In the current era, the utilization of digital technology has permeated various industrial sectors and is widely employed by society to achieve diverse goals. One prominent application is the development of businesses leveraging digital marketing strategies. PT. Realco Winta Indonesia is a company that oversees several brands in the health and skincare products sector, one of which is ELORA. In its operations, Elora utilizes digital marketing strategies as a key instrument to achieve company goals and objectives. To optimize these digital marketing activities, Elora has a dedicated division that oversees the Content Creator position, a role filled by the intern during their internship program. The purpose of this internship is to understand the roles and responsibilities of the Content Creator division in digital marketing strategies, as well as its impact on engagement and brand awareness, while also enhancing relevant technical and non-technical skills for the position. This report employs the content creation concepts outlined by Kotler. During the internship, challenges faced included running out of ideas for content creation and time management. The conclusion drawn is that content marketing on social media platforms can significantly enhance digital marketing activities, thereby increasing brand awareness among customers.

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

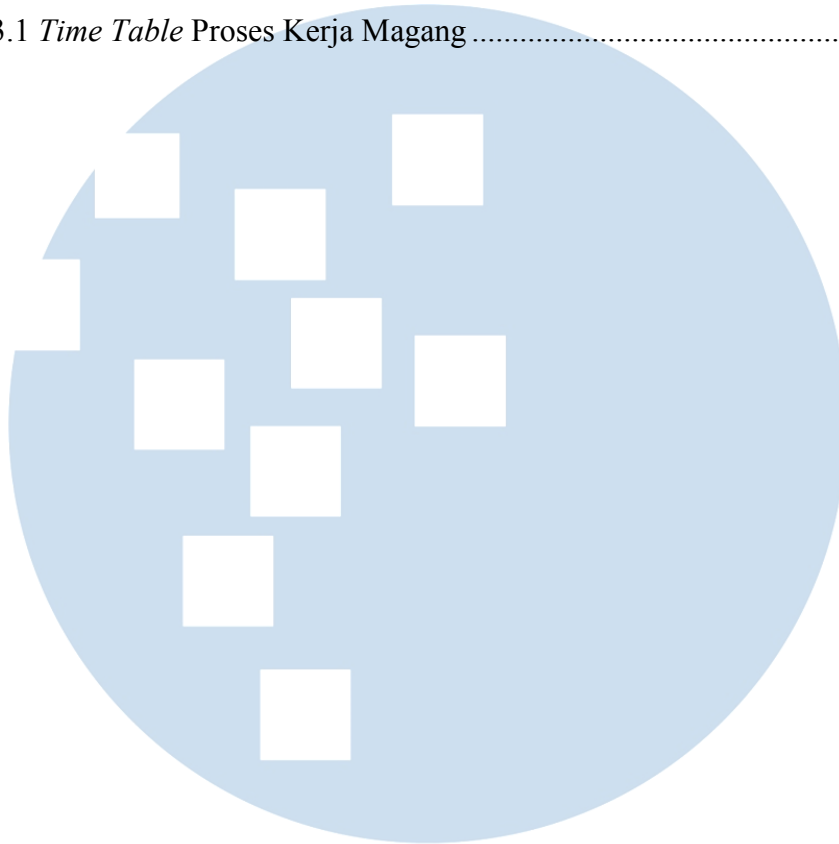
U M M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

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	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang.....	9
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	10
BAB II GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI.....	13
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	13
2.2 Visi Misi.....	15
2.3 Tata Nilai Perusahaan	16
2.4 Struktur Organisasi Perusahaan	17
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	20
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang.....	20
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang.....	20
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	37
4.1 Simpulan	37
4.2 Saran.....	38
DAFTAR PUSTAKA.....	41
LAMPIRAN.....	43

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 *Time Table* Proses Kerja Magang 21



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Nilai Belanja Iklan Posen/ <i>Smartphone</i> Secara Global (2019-2024)...	2
Gambar 1.2 Kategori Barang yang Paling Banyak Dibeli Gen Z dan Milenial Indonesia	5
Gambar 1.3 10 Negara dengan pengguna Tiktok Terbesar Juli 2024.....	7
Gambar 2.1 Logo Elora.....	14
Gambar 2.2 Nilai Perusahaan RealCo.....	16
Gambar 2.3 Struktur Organisasi RealCo.....	17
Gambar 2.4 Struktur Organisasi Elora	18
Gambar 3.1 Target Audiens Elora	23
Gambar 3.2 Contoh <i>Content Plan</i> September 2024 Elora	24
Gambar 3.3 Contoh <i>brief</i> konten untuk <i>daily</i> dan promo	25
Gambar 3.4 Proses <i>Take Content</i>	26
Gambar 3.5 Proses menjadi <i>talent</i> dalam pembuatan konten	28
Gambar 3.6 Proses Pengeditan Konten Menggunakan Aplikasi CapCut	29
Gambar 3.7 Hasil <i>Caption</i>	31
Gambar 3.8 Unggahan Konten TikTok Elora.....	32

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

A. Surat Pengantar MBKM (MBKM 01)	44
B. Kartu MBKM (MBKM 02)	45
C. Daily Task Kewirausahaan (MBKM 03)	46
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04)	65
E. Lampiran Surat Penerimaan Magang	66
F. Lampiran Konsultasi Bimbingan	67
G. Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin	68
H. Kegiatan Pekerja Magang	69

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA