

**PERAN EDITOR *CONTENT CREATOR* DALAM
PERUSAHAAN BRANDING AGENCY TDC INDONESIA**



LAPORAN MAGANG

ABULWafa RANGGA ADZKA

00000058082

**PROGRAM STUDI FILM
FAKULTAS SENI DAN DESAIN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2025

**PERAN EDITOR *CONTENT CREATOR* DALAM
PERUSAHAAN BRANDING AGENCY TDC INDONESIA**



LAPORAN MAGANG

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Seni (S.Sn.)

ABULWafa RANGGA ADZKA

00000058082

**PROGRAM STUDI FILM
FAKULTAS SENI DAN DESAIN**

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Abulwafa Rangga Adzka

Nomor Induk Mahasiswa : 00000058082

Program studi : Film

Laporan Magang dengan judul:

Peran Editor Content Creator Dalam Perusahaan Branding Agency TDC 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 maupun dalam penulisan laporan magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 30 Juni 2025.



(Abulwafa Rangga Adzka)

UIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
Peran Editor Content Creator Dalam Perusahaan Branding Agency TDC

Indonesia

Oleh

Nama Lengkap : Abulwafa Rangga Adzka

Nomor Induk Mahasiswa : 00000058082

Program Studi : Film

Fakultas : Seni dan Desain

Telah diujikan pada hari Selasa, 17 Juni 2025

Pukul 10.30 s.d. 11.00 WIB dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing

Penguji



Perdana Kartawiyudha, M.Sn.

5060763664130193



Putri Sarah Amelia, S.Sn., M.Sn.

4438768669230252

Ketua Program Studi Film

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

Kus Sudarsono, S.E, M.Sn.

1260753654130113

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Abulwafa Rangga Adzka
Nomor Induk Mahasiswa : 00000058082
Program Studi : Film
Jenjang : S1
Jenis karya : Laporan Magang
Judul Karya Ilmiah : Peran Editor Content Creator Dalam
Perusahaan Branding Agency TDC Indonesia

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia (pilih salah satu):

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*)*.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi laporan magang dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 30 Juni 2025.

Yang menyatakan,



(Abulwafa Rangga Adzka)

* Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul: “Peran Content Creator Dalam Perusahaan Branding Agency TDC Indonesia” yang dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Seni jurusan Film pada Fakultas Seni dan Desain 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 laporan magang ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Andrey Andoko selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Muhammad Cahya Mulya Daulay, S.Sn., M.Ds., selaku Dekan Fakultas Seni dan Desain Universitas Multimedia Nusantara.
3. Kus Sudarsono, S.E., M.Sn., selaku Ketua Program Studi Film Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Perdana Kartawiyudha sebagai Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya laporan magang ini.
5. Bernadino Alfredo sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.
7. Zaho de Sagazan sebagai motivasi dan penggubah musik berjudul ‘La Symphonie Des Éclairs’ yang mengubah pola pikir penulis terhadap momen-momen sulit didalam hidup
8. Ayn Rand sebagai motivasi dari otak pro-kapitalis penulis yang membantu seluruh proses kerja magang
9. Karl Marx sebagai motivasi hidup penulis secara menyeluruh.
10. Fikri Ishmaturrehman telah menjadi sahabat seperjuangan penulis dari awal masa perkuliahan.

Semoga laporan magang ini bermanfaat, baik sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi, bagi para pembaca.

Tangerang, 30 Juni 2025.



(Abulwafa Rangga Adzka)



PERAN EDITOR CONTENT CREATOR DALAM PERUSAHAAN BRANDING AGENCY TDC INDONESIA

Abulwafa Rangga Adzka

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang pesat mendorong perubahan drastis pada berbagai sektor, termasuk dalam metode pemasaran. Salah satu dampaknya yang paling signifikan adalah peran media sosial dalam strategi pemasaran kontemporer, yang mana *content creator* menjadi peran besar dalam menjangkau audiens secara masif dan efektif. Wadah-wadah seperti *TikTok*, *YouTube Shorts*, dan *Instagram* kini menjadi wadah utama pemasaran digital yang berorientasi pada visual dan keterlibatan pengguna. TDC Indonesia sebagai *branding agency* mengadopsi pendekatan menyeluruh dalam produksi berbagai materi pemasaran, termasuk video konten kreatif yang disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing klien. Laporan ini disusun untuk mengulas peran editor dalam tim *content creator* sebagai bagian dari eksekusi strategi *branding* klien perusahaan, serta mendokumentasikan pengalaman langsung penulis selama proses magang. Dalam praktiknya, *branding agency* menuntut produksi konten yang tinggi dengan standar kualitas yang konsisten sehingga peran editor dalam konteks ini menjadi sangat vital, tidak hanya dalam aspek teknis, tetapi juga sebagai penghubung antara konsep kreatif dan eksekusi visual yang selaras dengan identitas suatu *brand* seiring menjaga keberlangsungan performa agensi di tengah persaingan pasar yang kompetitif dan serba cepat.

Kata kunci: *editor*, *branding*, *content creator*, agensi, magang



THE ROLE OF A CONTENT CREATOR EDITOR IN THE BRANDING AGENCY TDC INDONESIA

Abulwafa Rangga Adzka

ABSTRACT

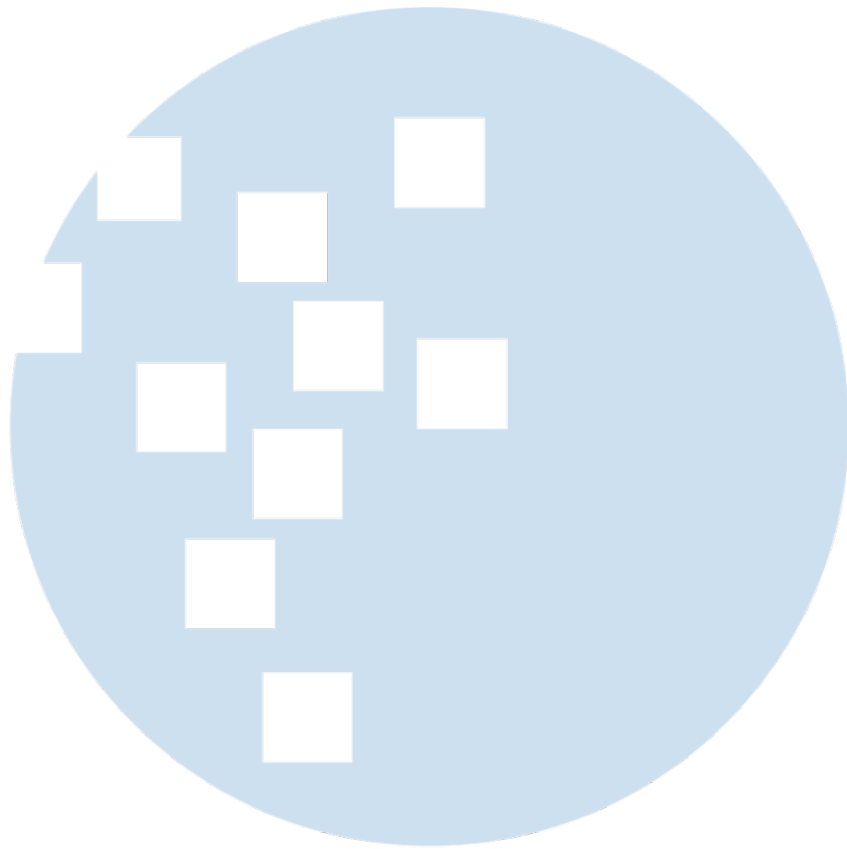
The rapid development of technology has driven drastic changes across various sectors, including marketing methods. One of the most significant impacts is the role of social media in contemporary marketing strategies, where content creators play a major role in reaching audiences on a massive and effective scale. Platforms such as TikTok, YouTube Shorts, and Instagram have now become the main channels for digital marketing, focusing on visuals and user engagement. TDC Indonesia, as a branding agency, adopts a comprehensive approach in producing various marketing materials, including creative video content tailored to each client's needs. This report is written to explore the role of an editor within the content creator team as part of executing the client's branding strategy, while also documenting the writer's direct experience during the internship process. In practice, a branding agency demands a high volume of content production with consistent quality standards. The editor's role in this context is highly vital, not only in technical aspects but also as a bridge between creative concepts and visual execution that aligns with a brand's identity. This is crucial in maintaining the agency's performance in a fast-paced and competitive market environment.

Keywords: editor, branding, content creator, agency, internship



DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....	1
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	2
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	4
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	4
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	5
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....	9
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	9
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	10
3.2.1 Tugas yang Dilakukan.....	10
3.2.2 Uraian Kerja Magang	12
3.2.3 Kendala yang Ditemukan	19
3.2.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	22
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN.....	26
4.1 Simpulan	26
4.2 Saran.....	27
DAFTAR PUSTAKA	30

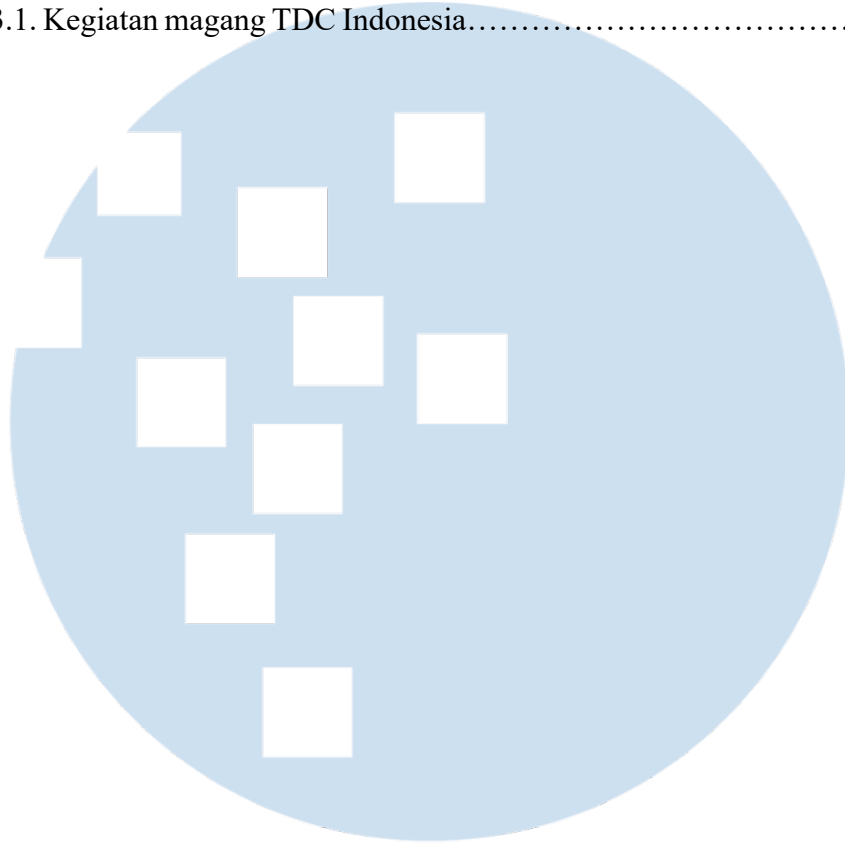


UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Kegiatan magang TDC Indonesia.....	12
---	----



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Logo Perusahaan TDC Indonesia.....	4
Gambar 2.2 Bagan struktur organisasi TDC Indonesia.....	5
Gambar 2.3 Analisis Business Model Canvas TDC Indonesia.....	6
Gambar 2.4 Analisis SWOT TDC Indonesia.....	7
Gambar 3.1 Koordinasi kerja divisi Content Creator TDC Indonesia.....	9
Gambar 3.2 Preparasi shooting HOPE HEROES X Smartmumsid, hari kartini 2025.....	13
Gambar 3.3 Final look HOPE HEROES X Smartmumsid, hari kartini 2025.....	14
Gambar 3.4 Final look dan kondisi EST pada masa produksi konten EST Takjil Warrior.....	16
Gambar 3.5 Final look animasi Intro EST Takjil Warrior.....	17
Gambar 3.6 Final look animasi transisi EST Takjil Warrior.....	17
Gambar 3.7 Situasi booth TDC Indonesia dalam program UMN Career Day.....	18



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Hasil Turnitin Overall.....	32
Lampiran Surat Penerimaan Magang	35
Lampiran Consent Form Nara Sumber Magang	37
Lampiran MBKM 01 Cover Letter Internship Track 1	38
Lampiran MBKM 02 Kartu MBKM Kewirausahaan	39
Lampiran MBKM 03 Daily Task	40
Lampiran MBKM 04 Verification Form of Internship Report.....	47

