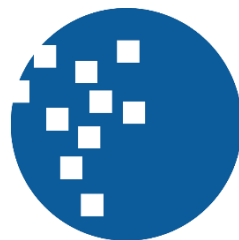


**PERANCANGAN DAN PENYUSUNAN CONTENT BRIEF
SEBAGAI STRATEGI SOCIAL MEDIA MARKETING DI
LEMBAGA KONSELING KELUARGA KREATIF**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

WINNIE DANIELYN

000065063

MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

**PERANCANGAN DAN PENYUSUNAN CONTENT BRIEF
SEBAGAI STRATEGI SOCIAL MEDIA MARKETING DI
LEMBAGA KONSELING KELUARGA KREATIF**



LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Winnie Danielyn

00000065063

MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

i

Perancangan dan Penyusunan Content Brief sebagai Strategi Social Media Marketing di Lembaga
Konseling Keluarga Kreatif, Winnie Danielyn, Universitas Multimedia Nusantara

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Winnie Danielyn

Nomor Induk Mahasiswa 000065063

Program studi : Manajemen

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

PERANCANGAN DAN PENYUSUNAN CONTENT BRIEF SEBAGAI SOCIAL MEDIA MARKETING DI LEMBAGA KONSELING KELUARGA KREATIF

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 MBKM, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan MBKM yang telah saya tempuh.

Tangerang, 2 Juni 2025



(Winnie Danielyn)

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan MBKM dengan judul

**PERANCANGAN DAN PENYUSUNAN CONTENT BRIEF SEBAGAI
SOCIAL MEDIA MARKETING DI LEMBAGA KONSELING KELUARGA
KREATIF**

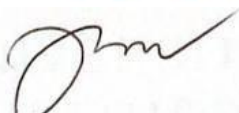
Oleh

Nama : Winnie Danielyn
NIM : 00000065063
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Laporan Kerja Magang Universitas Multimedia Nusantara
Tangerang, 2 Juni 2025

Pembimbing


Dr. Ika Yanuarti, S.E., M.S.F., CSA
0708017601

Ketua Program Studi Manajemen


Purnamaningsih, S.E., M.S.M., CBO
0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul

**LAPORAN PELAKSANAAN KERJA MAGANG
CONTENT CREATORDI DI LEMBAGA KONSELING KELUARGA
KREATIF**

Oleh

Nama : Winnie Danielyn
NIM : 00000065063
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Selasa 10 Juni 2025
Pukul 13.00 s/d 14.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing



Dr. Ika Yanuarti, S.E., M.S.F , CSA
0708017601

Penguji



Dr. Mohammad Annas, S. Tr.Par.,
M.M., CSCP
0312087404

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., CBO
0323047801

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Winnie Danielyn

NIM 00000065063

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

JenisKarya : 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:

LAPORAN PELAKSANAAN KERJA MAGANG CONTENT CREATORDI DI LEMBAGA KONSELING KELUARGA KREATIF

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalty Non eksklusif ini Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalih media / 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, 2 Juni 2025

Yang menyatakan,



(Winnie Danielyn)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul: “Perancangan dan penyusunan content brief sebagai strategi social media marketing di lembaga konseling keluarga kreatif” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar S1 Jurusan Manajemen Pada Bisnis di Universitas Multimedia Nusantara. Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Prof Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Dr. Ika Yanuarti, S.E., M.S.F, CSA sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Anjuan Aldo, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Kepada Perusahaan Lembaga Konseling Keluarga Kreatif yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.
7. Seluruh tim media Lembaga Konseling Keluarga Kreatif yang telah membantu penulis selama pelaksanaan program kerja magang.

Semoga karya ilmiah ini dapat menjadi sumber pembelajaran, inspirasi, dan informasi yang bermanfaat, terutama dalam memahami peran penting Content Brief dalam meningkatkan strategi marketing di era digital, khususnya bagi mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 2 Juni 2025



(Winnie Danielyn)



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN DAN PENYUSUNAN CONTENT BRIEF SEBAGAI STRATEGI SOCIAL MEDIA MARKETING DI LEMBAGA KONSELING KELUARGA KREATIF

Winnie Danielyn

ABSTRAK

Industri konseling keluarga di Indonesia menunjukkan perkembangan signifikan seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya kesehatan mental. Lembaga Konseling Keluarga Kreatif (LK3) menjadi salah satu pelopor dalam menyediakan layanan konseling berkualitas serta pelatihan bagi calon konselor profesional. Penulis menjalani magang di Divisi Media LK3 dengan fokus pada strategi pemasaran digital melalui konten media sosial. Selama magang, penulis bertanggung jawab dalam pembuatan *content brief*, produksi konten Reels, serta penyusunan materi kampanye edukatif seputar isu psikologis dan relasi keluarga. Hasil magang menunjukkan bahwa pendekatan komunikasi empatik dan narasi yang menyentuh mampu meningkatkan keterlibatan audiens serta memperkuat positioning LK3 sebagai lembaga yang relevan dan solutif. Penulis juga mempelajari pentingnya riset audiens, tren media sosial, serta adaptasi gaya bahasa agar sesuai dengan nilai dan karakter lembaga. Ke depannya, disarankan agar strategi digital LK3 semakin didukung oleh analisis data media sosial untuk memahami preferensi audiens, sehingga konten yang dihasilkan tidak hanya menarik tetapi juga berdampak dalam membangun kesadaran akan pentingnya konseling keluarga.

Kata kunci: Konseling Keluarga, Konten Kreator, Media Sosial

DESIGNING AND DEVELOPING CONTENT BRIEFS AS SOCIAL MEDIA MARKETING STRATEGY AT LEMBAGA KONSELING KELUARGA KREATIF

Winnie Danielyn

ABSTRACT (English)

The family counseling industry in Indonesia has shown significant growth in line with the increasing public awareness of the importance of mental health. Lembaga Konseling Keluarga Kreatif (LK3) is one of the pioneers in providing quality counseling services and training for prospective professional counselors. The author completed an internship in LK3's Media Division, focusing on digital marketing strategies through social media content. During the internship, the author was responsible for creating content briefs, producing Reels videos, and developing educational campaign materials related to psychological issues and family relationships. The internship results indicate that an empathetic communication approach and emotionally engaging narratives can enhance audience engagement and strengthen LK3's positioning as a relevant and solution-oriented institution. The author also learned the importance of audience research, social media trends, and adapting communication styles to align with the organization's values and identity. Moving forward, it is recommended that LK3's digital strategy be increasingly supported by social media data analysis to better understand audience preferences, ensuring the produced content is not only attractive but also impactful in raising awareness of the importance of family counseling.

Keywords: Family Counseling, Content Creator , Social Media

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT (<i>English</i>).....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang	2
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	3
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	4
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	4
2.2 Visi Misi.....	5
2.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	6
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....	9
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	9
3.1.1 Kedudukan.....	9
3.1.2 Alur Koordinasi	9
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	10
3.2.1 Tugas Admin sebagai pendataan terhadap seluruh kelas yang diselenggarakan oleh Lembaga Konseling Keluarga Kreatif (LK3).....	16
3.2.2 Percobaan Membuat Konten Carousel Flyer Pengenalan LK3 sebagai Latihan Copywriting dan Menyusun Jadwal Semester untuk 22 Kelas	19

3.2.3	Pendataan Ulang Tahun di Asana serta Pembuatan Presentasi Materi Kelas Berdasarkan Transkrip Rekaman Zoom	22
3.2.4	Pembuatan Materi Presentasi Zoom dan Surat Resmi Pengajar dengan Pendataan dari Google Sheets	24
3.2.5	Melakukan pendataan diskon untuk pelajar di google sheets, dan memasukan hari raya besar di asana	29
3.2.6	Script untuk Konten “Mendisiplin vs Menghukum Anak” dan “Over Controlling Parents”	30
3.2.7	Penyusunan Brief Konten Instagram SAH, Hosting Kelas Zoom JUM, dan Pembuatan Surat Keterangan Substitusi	32
3.2.8	Penyusunan Konten Reels Instagram SAH	34
3.2.9	Mengelola Jadwal Hari Besar di Asana dan Menyusun Content Brief “Relationship”	35
3.2.10	Membuat Content Brief dengan tema kebiasaan buruk dan Mmembuat video reels untuk Instagram SAH	37
3.2.11	Membuat Content Brief Bertema Survival Mode Masa Kecil	39
3.2.12	Membuat Content Brief Bertema “Cut Off Orang Gak Selalu Buruk”	40
3.2.13	Membuat Content Brief Bertema “Kesusahan Orang Tua dalam Mengurus Anak ”	41
3.3	Kendala yang Ditemukan	42
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN		44
4.1	Simpulan	44
4.2	Saran	45
4.2.1	Saran untuk Perusahaan	45
4.2.2	Saran untuk Universitas Multimedia Nusantara	45
4.2.3	Saran untuk Mahasiswa yang akan magang	46
DAFTAR PUSTAKA		47
LAMPIRAN		49

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Detail Pekerjaan yang dilakukan selama magang	10
--	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo Lembaga Konseling Keluarga Kreatif Sumber: https://www.keluargakreatif.com/	4
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Sumber: Olahan Penulis (2025).....	7
Gambar 3. 1 Data kelas kelas pelajar di lembaga konseling keluarga kreatif	16
Gambar 3. 2 Absensi google sheets pelajar LK3.....	17
Gambar 3. 3 insight modul tugas para pelajar lk3.....	17
Gambar 3. 4 contoh percobaan flyer lk3	18
Gambar 3. 5 contoh percobaan flyer lk3	18
Gambar 3. 6 contoh percobaan flyer lk3	19
Gambar 3. 7 Carousel LK3.....	20
Gambar 3. 8 Carousel LK3.....	20
Gambar 3. 9 Carousel LK3.....	21
Gambar 3. 10 Carousel LK3.....	21
Gambar 3. 11 Jadwal kelas para pelajar dan modul.....	22
Gambar 3. 12 Total kelas untuk jadwal para pelajar.....	22
Gambar 3. 13 Gambar untuk data ulang tahun di paltform asana	23
Gambar 3. 14 data ulang tahun para staff lk3, pengurus, aktifis lembaga & dosen	23
Gambar 3. 15 Total slide presentation dengan tema tantangan konselor pemula. 24	
Gambar 3. 16 Isi dari ppt tantangan konselor pemula.....	24
Gambar 3. 17 Isi dari ppt tantangan konselor pemula.....	24
Gambar 3. 18 Total dari isi ppt tentang membangun orang tua & anak	25
Gambar 3. 19 Isi dari ppt tentang membangun orang tua & anak	25
Gambar 3. 20 isi dari ppt tentang membangun orang tua & anak	26
Gambar 3. 21 Total slide ppt tentang harapan ditengah proses parenting dan perkawinan yang sulit	26

Gambar 3. 22 Isi dari ppt Total slide ppt tentang harapan ditengah proses parenting dan perkawinan yang sulit	27
Gambar 3. 23 Isi dari ppt Total slide ppt tentang harapan ditengah proses parenting dan perkawinan yang sulit.....	27
Gambar 3. 24 Gambar tabel saat membuat surat	28
Gambar 3. 25 Gambar contoh surat	28
Gambar 3. 26 Gambar keterangan diskon pelajar	28
Gambar 3. 27 Data hari besar pada platform asana.....	29
Gambar 3. 28 data alamat lengkap pelajar lk3.....	30
Gambar 3. 29 data pelajar yang mendapatkan beasiswa	30
Gambar 3. 30 Contoh gambar brief content yang dibuat oleh penulis.....	31
Gambar 3. 31 Contoh gambar brief content yang dibuat oleh penulis.....	31
Gambar 3. 32 Slide ppt cta yang dipelajari oleh penulis	32
Gambar 3. 33 Contoh gambar brief content yang dibuat oleh penulis.....	33
Gambar 3. 34 Contoh gambar brief content yang dibuat oleh penulis.....	33
Gambar 3. 35 Data pelajar yang nantinya dimasukan ke keterangan surat	33
Gambar 3. 36 Hasil keterangan surat yang dibuat dari data pelajar.....	34
Gambar 3. 37 Contoh video reels yang dibuat oleh penulis	35
Gambar 3. 38 Contoh gambar brief content yang dibuat oleh penulis.....	35
Gambar 3. 39 Contoh gambar brief content yang dibuat oleh penulis.....	36
Gambar 3. 40 Gambar website asana untuk hari besar	36
Gambar 3. 41 Contoh gambar brief content yang dibuat oleh penulis.....	37
Gambar 3. 42 Contoh video reels yang dibuat oleh penulis	38
Gambar 3. 43 Jumlah slide ppt your mental health your future	38
Gambar 3. 44 isi dari ppt your mental health your future	39
Gambar 3. 45 isi dari ppt your mental health your future	39
Gambar 3. 46 Gambar Content brief yang dibuat penulis.....	40
Gambar 3. 47 Contoh gambar brief content yang dibuat oleh penulis.....	41
Gambar 3. 48 Contoh gambar brief content yang dibuat oleh penulis.....	42

Gambar 3. 49 Contoh konten voice over yang dibuat oleh penulis..... 42

DAFTAR LAMPIRAN

A. Surat Pengantar MBKM (MBKM 01)	49
B. Kartu Mbkm (MBKM 02).....	50
C. Daily Task Kewirausahaan (MBKM 03)	51
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04)	98
E. Surat Penerimaan MBKM (LoA)	99
F. Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin	100

