

PERAN CONTENT CREATOR PADA KANMO GROUP



LAPORAN MAGANG

CATTIE MEILISA ADESTIA

00000074808

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI STRATEGIS

ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

PERAN CONTENT CREATOR PADA KANMO GROUP



LAPORAN MAGANG

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Cattie Meilisa Adestia

00000074808

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Cattie Meilisa Adestia

Nomor Induk Mahasiswa : 00000074808

Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

PERAN CONTENT CREATOR PADA KANMO GROUP

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, 7 Juli 2025



(Cattie Meilisa Adestia)

UMM
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
PERAN CONTENT CREATOR PADA KANMO GROUP

Oleh

Nama : Cattie Meilisa Adestia

NIM : 00000074808

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 7 Juli 2025

Pukul 08.00 s.d 09.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos.,

M.Si

NIDN 0304078404

Penguji

Khairul Syafuddin, S.I.Kom.,

M.A.

NIDN 0309109302

Pembimbing

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.

NIDN 0304078404

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.

NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Cattie Meilisa Adestia

NIM : 00000074808

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya : Laporan MBKM

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

PERAN CONTENT CREATOR PADA KANMO GROUP

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti 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, 28 Juni 2025

Yang menyatakan,



(Cattie Meilisa Adestia)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dalam memberikan kesempatan dan kelancaran kepada saya untuk menyelesaikan program magang serta dapat menyelesaikan penulisan laporan magang ini dengan judul:

“PERAN CONTENT CREATOR PADA KANMO GROUP”

Laporan ini disusun dan dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Komunikasi Strategis Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya 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, saya mengucapkan terima kasih kepada:

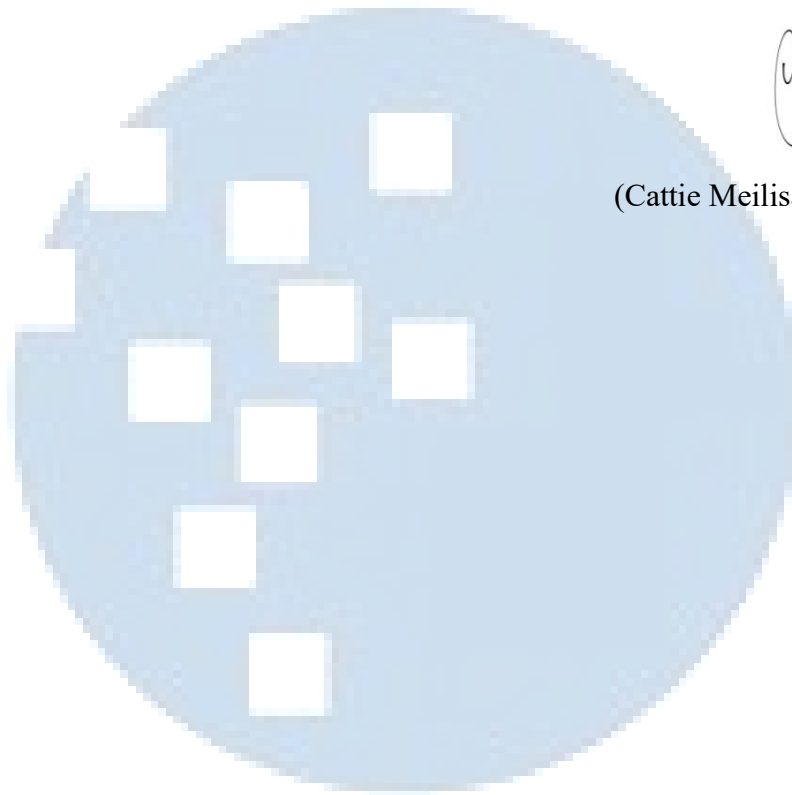
1. Bapak Ir. Andrey Andoko, PhD selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si, selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material, moral dan motivasi untuk menyempurnakan laporan ini.
6. Teman-teman saya yang telah memberikan motivasi dan semangat dalam proses membuat laporan magang.

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

Tangerang, 28 Juni 2025



(Cattie Meilisa Adestia)



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERAN CONTENT CREATOR PADA KANMO GROUP

Cattie Meilisa Adestia

ABSTRAK

PT Multitrend Indo atau Kanmo Group adalah perusahaan ritel yang menaungi berbagai brand ternama, seperti Mothercare, Gingersnaps, The Children's Place, Wilio, Playgro, dan Early Learning Centre, yang bergerak di bidang *retail*. Seiring berkembangnya digitalisasi dan meningkatnya konsumsi media sosial, Kanmo Group aktif memanfaatkan strategi *digital marketing* melalui *platform* seperti TikTok dan Shopee untuk menjangkau konsumen yang lebih luas. Posisi penulis dalam praktik kerja magang adalah sebagai *Content Creator Internship* pada divisi *E-Commerce* dari *brand-brand* tersebut. Selama magang, penulis terlibat dalam proses end-to-end produksi konten mulai dari perencanaan, pengambilan, hingga pengeditan konten video yang dipublikasikan di media sosial dan *marketplace*. Konsep yang digunakan dalam laporan magang ini adalah tahapan *content marketing* menurut Philip Kotler untuk menguraikan bagaimana konten dirancang agar sesuai dengan identitas masing-masing *brand* dan mampu mendorong transaksi serta meningkatkan *brand awareness*. Penulis dapat menyimpulkan bahwa peran *content creator* sangat krusial dalam mendukung kampanye digital dan memperkuat kehadiran brand di ranah *online*. Maka *content creator* harus mampu berpikir kreatif, beradaptasi dengan cepat, dan bekerja sama dengan departemen lainnya untuk memproduksi hingga mempublikasikan sebuah konten menghasilkan konten yang relevan.

Kata kunci: *Content Creator, Content Marketing, Strategi Konten, Digital Marketing, E-Commerce.*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

THE ROLE OF CONTENT CREATOR AT KANMO GROUP

Cattie Meilisa Adestia

ABSTRACT (English)

PT Multitrend Indo or Kanmo Group is a retail company that manages several well-known brands such as Mothercare, Gingersnaps, The Children's Place, Wilio, Playgro, and Early Learning Centre, all operating in the retail sector. Alongside the rapid growth of digitalization and increasing use of social media, Kanmo Group actively utilizes digital marketing strategies through platforms like TikTok and Shopee to reach a broader audience. The author's position during the internship was as a Content Creator Intern under the E-Commerce division for these brands. Throughout the internship, the author was involved in the end-to-end content production process, starting from planning and shooting to editing video content that was published on social media and marketplace platforms. This internship report adopts the content marketing stages by Philip Kotler to explain how content is created in line with each brand's identity, with the goal of encouraging transactions and increasing brand awareness. Based on this experience, the author concludes that the role of a content creator is essential in supporting digital campaigns and strengthening a brand's online presence. So the role of a content creator must be able to think creatively, adapt quickly, and collaborate with other departments to produce and publish relevant and impactful content.

Keywords: Content Creator, Content Marketing, Content Strategy, Digital Marketing, E-Commerce.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....	8
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	9
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	9
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	9
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	12
2.1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	12
.....	12
2.2. Visi Misi Kanmo Group	14
2.2.1 Visi.....	14
2.2.2 Misi	15
2.2.3 Core Values	15
2.3. Struktur Organisasi Perusahaan.....	16
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....	23
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	23
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	24
3.2.1 Tugas Kerja Magang.....	25

3.2.2 Uraian Kerja Magang.....	27
3.2.2.6 <i>Content Improvement</i>	80
3.3 Kendala yang Ditemukan	81
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	82
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	85
4.1 Simpulan.....	85
4.2 Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	89



DAFTAR TABEL

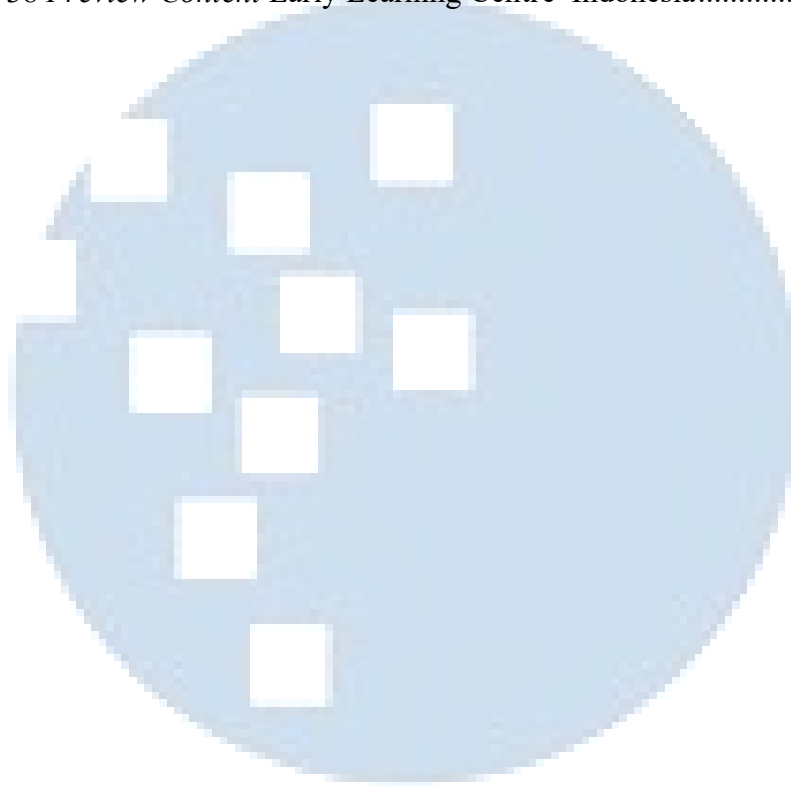
Tabel 3. 1 Tugas Utama <i>Content Creator Internship</i>	25
Tabel 3. 2 Timeline Kerja Magang <i>Content Creator Internship</i>	27



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Media Sosial 2025 di Indonesia.....	1
Gambar 1. 2 Data <i>Time Spent</i> Media Sosial Pengguna 2025 di Indonesia	3
Gambar 2. 1 Logo Kanmo Retail Group.....	12
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Kanmo Group.....	16
Gambar 2. 3 Struktur Departemen E-commerce Kanmo Group.....	19
Gambar 3. 1 <i>Monthly Content Planning</i> Mothercare Indonesia	35
Gambar 3. 2 <i>Monthly Content Planning</i> Gingersnap Indonesia	36
Gambar 3. 3 <i>Content Monthly Planning</i> The Children's Place Indonesia	37
Gambar 3. 4 <i>Monthly Content Planning</i> Wilio Indonesia	38
Gambar 3. 5 <i>Monthly Content Planning</i> Playgro.....	40
Gambar 3. 6 <i>Monthly Content Planning</i> Early Learning Centre Indonesia.....	40
Gambar 3. 7 <i>Take Content</i> Mothercare Indonesia	43
Gambar 3. 8 <i>Cross-Check Product</i> Mothercare Indonesia	44
Gambar 3. 9 <i>Take Content</i> Gingersnap Indonesia	45
Gambar 3. 10 <i>Cross-Check Product</i> Gingersnap Indonesia	46
Gambar 3. 11 <i>Take Content</i> The Children's Place Indonesia	47
Gambar 3. 12 <i>Cross-Check Product</i> The Children's Place.....	48
Gambar 3. 13 <i>Take Content</i> Wilio Indonesia.....	49
Gambar 3. 14 <i>Cross-Check Product</i> Wilio Indonesia.....	50
Gambar 3. 15 <i>Take Content</i> Playgro Indonesia	51
Gambar 3. 16 <i>Cross-Check Product</i> Playgro indonesia	52
Gambar 3. 17 <i>Take Content</i> Early Learning Centre Indonesia	53
Gambar 3. 18 <i>Cross-Check Product</i> Early Learning Centre.....	54
Gambar 3. 19 <i>Editing</i> Mothercare Indonesia	56
Gambar 3. 20 <i>Editing</i> Gingersnap Indonesia	57
Gambar 3. 21 <i>Editing</i> The Childrens Place Indonesia	58
Gambar 3. 22 <i>Editing</i> Wilio Indonesia	59
Gambar 3. 23 <i>Editing</i> Playgro Indonesia	60
Gambar 3. 24 <i>Editing</i> Early Learning Centre Indonesia.....	61
Gambar 3. 25 <i>Copywriting</i> Mothercare Indonesia	63
Gambar 3. 26 <i>Copywriting</i> Gingersnap Indonesia.....	64
Gambar 3. 27 <i>Copywriting</i> Wilio Indonesia	65
Gambar 3. 28 <i>Copywriting</i> Playgro Indonesia.....	67
Gambar 3. 29 <i>Copywriting</i> Playgro Indonesia	68
Gambar 3. 30 <i>Copywriting</i> Early Learning Centre Indonesia	69
Gambar 3. 31 <i>Copywriting</i> Early Learning Centre Indonesia	70
Gambar 3. 32 <i>Preview Content</i> Mothercare Indonesia	71
Gambar 3. 33 <i>Preview Content E-Commerce</i> Gingersnap Indonesia	72
Gambar 3. 34 <i>Preview Content Marketing</i> Gingersnap Indonesia	73
Gambar 3. 35 <i>Preview Content E-Commerce</i> Wilio Indonesia	74
Gambar 3. 36 <i>Preview Content Marketing</i> Wilio Indonesia.....	75

Gambar 3. 37 <i>Preview Content</i> Playgro Indonesia	76
Gambar 3. 38 <i>Preview Content</i> Early Learning Centre Indonesia.....	77



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pengantar MBKM - MKBKM 01	89
Lampiran 2 Kartu MBKM- MBKM 02	90
Lampiran 3 Daily Task MBKM - MBKM 03.....	91
Lampiran 4 Lembar Verifikasi MBKM - MBKM 04.....	93
Lampiran 5 Surat Kontrak Magang.....	94
Lampiran 6 Form Bimbingan Magang.....	97
Lampiran 7 Hasil Konten Tiktok dan Shopee MBKM	98
Lampiran 8 Lampiran Hasil Pengecekan Turnitin	101

