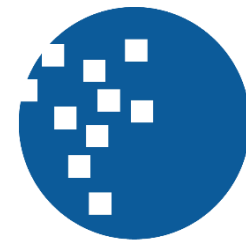


**PERAN CREATIVE CONTENT DALAM MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM DI TRANS MEDIA SOSIAL**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

FEBY AMELIA A'LA TAHTA ABADA

00000077866

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

2025

**PERAN CREATIVE CONTENT DALAM MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM DI TRANS MEDIA SOSIAL**



LAPORAN MAGANG

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

FEBY AMELIA A'LA TAHTA ABADA

00000077866

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

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Feby Amelia A'la Tahta Abada

Nomor Induk Mahasiswa 00000077866

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

PERAN CREATIVE CONTENT DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI TRANS MEDIA SOSIAL

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 magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 8 Juli 2025



(Feby Amelia A'la Tahta
Abada)

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan Magang dengan judul

PERAN CREATIVE CONTENT DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI TRANS MEDIA SOSIAL

Oleh

Nama : Feby Amelia A'la Tahta Abada

NIM : 00000077866

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 26 Juni 2025

Pembimbing



Dr. Aloysius Gonzaga Eka Wenats Wuryanta, S.S., M.Si

NIDN 0306067003

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Irwan Fakhruddin

2025.07.01

02:50:26 +07'00'

2025.001.20531

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

NIDN 0304078404

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**PERAN CREATIVE CONTENT DALAM MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM DI TRANS MEDIA SOSIAL**

Oleh

Nama : Feby Amelia A'la Tahta Abada

NIM : 00000077866

Program Studi : Komunikasi Strategis

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada Selasa, 8 Juli 2025

Pukul 11.00 s.d 12.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji



**Dr. Aloysius Gonzaga Eka Wenats
Wuryanta, S.S., M.Si**

NIDN 0331077503



**Eunike Iona Saptanti,
S.I.Kom., M.I.Kom.**

NIDN 0328079401

Pembimbing



Dr. Aloysius Gonzaga Eka Wenats Wuryanta, S.S., M.Si

NIDN 0306067003

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.

NIDN 0304078404

iv

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Feby Amelia A'la Tahta Abada

NIM : 00000077866

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 CREATIVE CONTENT DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI TRANS MEDIA SOSIAL

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 laporan magang saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 26 Juni 2025

Yang menyatakan,



(Feby Amelia A'la Tahta Abada)

KATA PENGANTAR

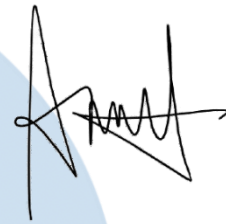
Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul:

“PERAN CREATIVE CONTENT DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI TRANS MEDIA SOSIAL” 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 sepenuhnya bahwa laporan magang ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, baik selama masa studi maupun proses penyusunannya. Oleh karena itu, saya menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si. 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
4. Bapak Dr. Aloysius Gonzaga Eka Wenats Wuryanta, S.S., M. Si sebagai pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya kerja magang ini.
5. Bapak Dr. Aloysius Gonzaga Eka Wenats Wuryanta, S.S., M. Si selaku Ketua Sidang dan Ibu Eunike Iona Saptanti, S.I.Kom., M.I.Kom selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Kepada seluruh tim department Creative Trans Media Sosial yang telah memberikan data pendukung untuk melengkapi laporan ini.
8. Kepada seluruh teman-teman seperjuangan di perkuliahan yang telah memberikan dukungan, semangat, dan motivasi selama proses penyusunan laporan ini.

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

Tangerang, 26 Juni 2025



(Feby Amelia A'la Tahta Abada)



PERAN CREATIVE CONTENT DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DI TRANS MEDIA SOSIAL

Feby Amelia A'la Tahta Abada

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan media sosial mendorong perusahaan untuk terus berinovasi dalam strategi pemasaran digital. Trans Media Sosial (TMS) merupakan salah satu perusahaan yang aktif memproduksi konten kreatif di berbagai platform. Melalui program magang sebagai *Creative Content Intern*, penulis berperan dalam proses content creation mulai dari brainstorming, riset topik, penyusunan brief, hingga eksekusi konten visual dan caption. Konten yang dikerjakan mencakup berbagai pilar seperti meme, trendjacking, in-depth news, hingga promosi. Kendala utama yang dihadapi adalah menjaga orisinalitas di tengah arus tren digital, namun dapat diatasi melalui diskusi dengan mentor dan pengelolaan waktu yang baik. Pengalaman ini memberikan pemahaman praktis mengenai strategi konten digital yang relevan dan efektif bagi audiens media sosial.

Kata kunci: Konten Kreatif, Pembuatan Konten, Strategi Konten, Instagram, Media Sosial



THE ROLE OF CREATIVE CONTENT IN SOCIAL MEDIA INSTAGRAM AT TRANS SOCIAL MEDIA

Feby Amelia A'la Tahta Abada

ABSTRACT

The rapid development of social media encourages companies to continue to innovate in digital marketing strategies. Trans Media Sosial (TMS) is one of the companies that actively produces creative content on various platforms. Through the internship program as a Creative Content Intern, the author plays a role in the content creation process starting from brainstorming, topic research, brief preparation, to the execution of visual content and captions. The content includes various pillars such as memes, trendjacking, in-depth news, and promotions. The main obstacle faced was maintaining originality in the midst of digital trends, but it was overcome through discussions with mentors and good time management. This experience provides a practical understanding of digital content strategies that are relevant and effective for social media audiences.

Keywords: *Creative content, Content Creation, Content Strategy, Instagram, Social Media*



DAFTAR ISI

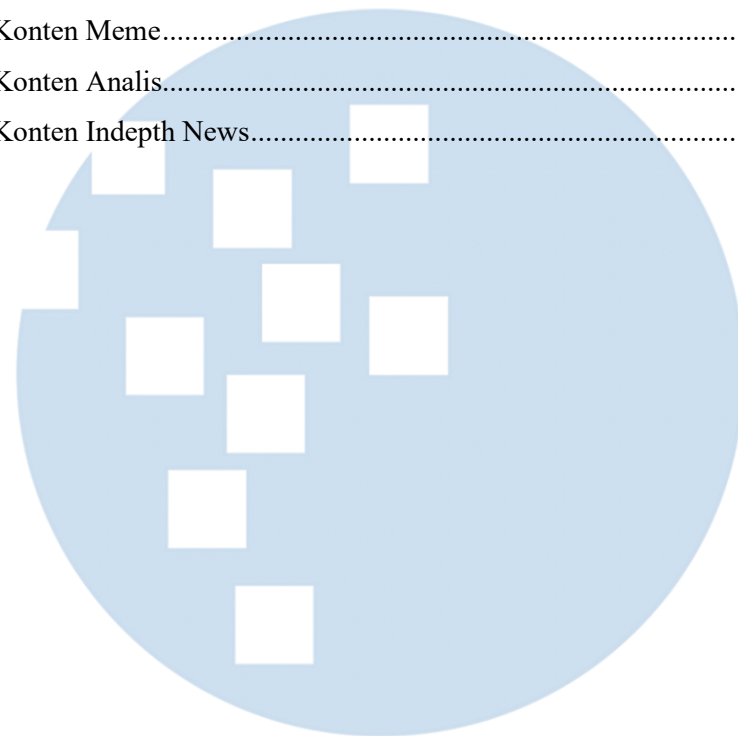
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang	7
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	7
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	7
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	8
BAB II	10
2.1 Tentang Trans Media Sosial	10
2.2 Visi Misi Trans Media Sosial.....	12
2.3 Struktur Organisasi Trans Media Sosial	13
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....	15
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang.....	15
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang.....	18
3.2.1 Tugas Kerja Magang	18
3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang	19
3.2.3 Kendala Utama.....	53

3.2.4	Solusi.....	54
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN		56
4.1	Kesimpulan	56
4.2	Saran	57
4.2.1	Saran untuk Perusahaan	58
4.2.2	Saran untuk Universitas	58
4.2.3	Saran untuk Mahasiswa.....	58
DAFTAR PUSTAKA		60
LAMPIRAN.....		62



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Timeline Tugas Utama Creative Content.....	19
Tabel 3. 2 Tugas Utama Creative Content	20
Tabel 3. 3 Konten Meme.....	37
Tabel 3. 4 Konten Analisis.....	44
Tabel 3. 5 Konten Indepth News.....	46



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penggunaan Media Sosial	2
Gambar 2. 1 Logo Perusahaan	10
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi	13
Gambar 2. 3 Struktur Department Kreatif	13
Gambar 3. 1 Instagram Perusahaan.....	16
Gambar 3. 2 Tahap Produksi Konten.....	16
Gambar 3. 3 Brainstorming.....	28
Gambar 3. 4 Riset Konten.....	29
Gambar 3. 5 Calender Content Planning	34
Gambar 3. 6 Brief Konten Meme.....	36
Gambar 3. 7 Hasil Konten Feeds Meme	36
Gambar 3. 8 Brief Konten Video Meme.....	38
Gambar 3. 9 Konten Video Meme	39
Gambar 3. 10 Brief Konten Feeds Trend Jacking.....	40
Gambar 3. 11 Hasil Konten Feeds Trend Jacking.....	41
Gambar 3. 12 Content Deck Analisis	42
Gambar 3. 13 Brief Konten Analisis	43
Gambar 3. 14 Feeds Konten Analisis	43
Gambar 3. 15 Content Brief Indepth News.....	45
Gambar 3. 16 Content Feeds Indepth News	46
Gambar 3. 17 Konten Katsos Hoax	48
Gambar 3. 18 Content Brief FDS.....	49
Gambar 3. 19 Content Feeds Baca.Today.....	50
Gambar 3. 20 Brief 62247	51
Gambar 3. 21 Dokumentasi	52
Gambar 3. 22 Talent	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pengantar MBKM – MBKM 01	62
Lampiran 2 Kartu MBKM – MBKM 02.....	63
Lampiran 3 Daily Task MBKM – MBKM 03	64
Lampiran 4 Lembar Verifikasi MBKM – MBKM 04	68
Lampiran 5 Surat Penerimaan MBKM	69
Lampiran 6 Forum Kosnultasi Bimbingan Magang	70
Lampiran 7 Hasil Turnitin.....	71
Lampiran 8 Foto Magang.....	73
Lampiran 9 Curriculum Vitae	74

