

AKTIVITAS MEDIA STRATEGIS INTERN DI RE/MAX INDONESIA



**Aureila Melvn
Suteja**

UMN

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

2025

AKTIVITAS MEDIA STRATEGIS INTERN DI RE/MAX INDONESIA



**Aurelia Melvin
Suteja**



**STRATEGIC COMMUNICATION
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2025

1

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Aurelia Melvin

Suteja Nomor Induk Mahasiswa

00000067537

Program studi : Strategic Communication

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

Aktivitas Media Strategis Intern di RE/MAX 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 MBKM, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan MBKM yang telah saya tempuh.

Tangerang, <<Tanggal Sidang>>



Materai Rp

10.000,00 (Aurelia

Melvin Suteja)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul

AKTIVITAS MEDIA STRATEGIS INTERN DI RE/MAX INDONESIA

Oleh

Nama : Aurelia Melvin Suteja

NIM : 00000067537

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Komunikasi Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 4 July
2025 Pukul 08.00 s.d 09.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

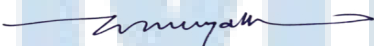
Ketua Sidang

Penguji


Dr. Aloysius Gonzaga Eka Wenats
Wuryanta, S.S.,M.Si
NIDN 0306067003

Eko Hadi Saputro, SE, M.M
NIDN 030305612

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

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Aurelia Melvin Suteja

NIM : 00000067537

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 Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

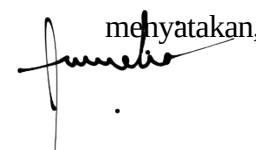
AKTIVITAS MEDIA STRATEGIS INTERN DI RE/MAX INDONESIA

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, 27 Juni

2025 Yang

menyatakan,



(Aurelia Melvin Suteja)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan Magang ini dengan judul:

“AKTIVITAS MEDIA STRATEGIS INTERN DI RE/MAX INDONESIA”

dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Jurusan Strategi Komunikasi Pada Fakultas 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:

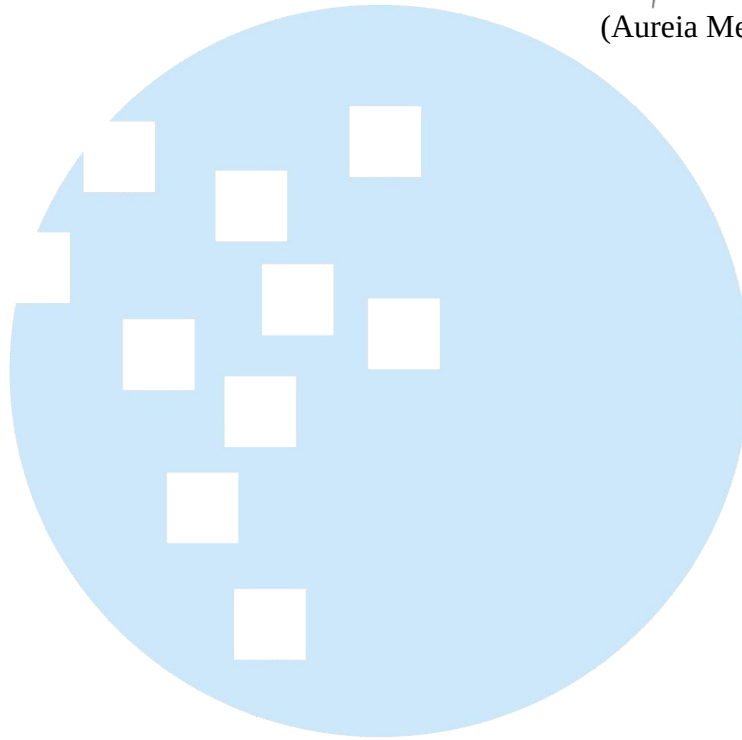
1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.sc, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si, selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si, selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Dr. AG Eka Wenats Wuryanta sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Bapak/Ibu 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. Dst.....,

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

Tangerang, 27 Juni 2025



(Aureia Melvin Suteja)



UMN

AKTIVITAS MEDIA STRATEGIS INTERN DI RE/MAX INDONESIA

(Aurelia Melvin Suteja)

ABSTRAK

RE/MAX Indonesia adalah bagian dari Global RE/MAX Network, sebuah perusahaan waralaba real estat yang bekerja di lebih dari 110 negara. RE/MAX tersedia di Indonesia dan berkomitmen untuk memberikan layanan profesional saat membeli, menjual, dan menyewa real estat melalui agen berlisensi dan terlatih. RE/MAX Indonesia secara aktif menggunakan berbagai saluran digital, termasuk media sosial, dan situs web. Konsep yang digunakan dalam laporan ini mengutip dari Kotler, mengenai tahap pemasaran konten dan penggunaan *tools analysis* dalam perencanaan konten. Penulis juga mengimplementasikan mata kuliah seperti *Social Media*, *Advertising Business & Management*, serta *Transmedia & Brand Storytelling*. Melalui mata kuliah tersebut, penulis mampu menerapkan analisis SMART dalam menentukan strategi konten yang sesuai dengan target audiens, menyusun perencanaan konten yang efektif, hingga menulis naskah video dengan elemen storytelling yang menarik. Hasil dari praktik kerja ini menunjukkan bahwa pengalaman langsung di industri memberikan pemahaman yang lebih konkret terhadap praktik kerja profesional serta meningkatkan kemampuan penulis dalam bidang komunikasi dan pemasaran digital. Penulis berharap pengalaman ini dapat menjadi bekal yang bermanfaat untuk memasuki dunia kerja di masa depan.

Kata kunci: *Media Strategist, Content Marketing, RE/MAX*

UMN

INTERN STRATEGIC MEDIA ACTIVITIES AT RE/MAX INDONESIA

(Aurelia Melvin Suteja)

ABSTRACT (English)

RE/MAX Indonesia is part of the Global RE/MAX Network, a real estate franchise company operating in more than 110 countries. RE/MAX is available in Indonesia and is committed to providing professional services when buying, selling, and renting real estate through licensed and trained agents. RE/MAX Indonesia actively uses various digital channels, including social media and websites. The concepts used in this report are based on Kotler's framework regarding the stages of content marketing and the use of analysis tools in content planning. The author also incorporated courses such as Social Media, Advertising Business & Management, and Transmedia & Brand Storytelling. Through these courses, the author was able to apply SMART analysis in determining content strategies tailored to the target audience, develop effective content planning, and write video scripts with engaging storytelling elements. The results of this internship demonstrate that hands-on experience in the industry provides a more concrete understanding of professional work practices and enhances the author's skills in communication and digital marketing. The author hopes this experience will serve as a valuable foundation for entering the professional world in the future.

Keywords: Media Strategist, Content Marketing, RE/MAX

DAFTAR ISI

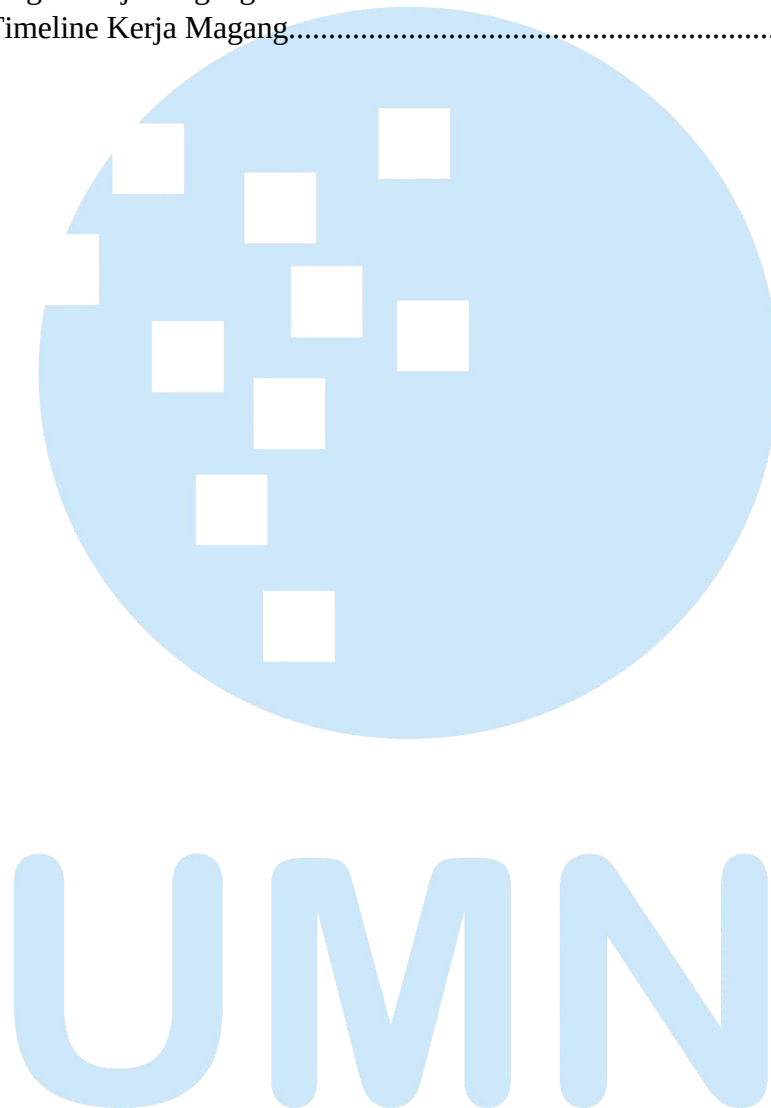
HALAMAN PERSETUJUAN	3
HALAMAN PENGESAHAN	4
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	5
KATA PENGANTAR	6
ABSTRAK	8
<i>ABSTRACT (English)</i>	9
DAFTAR ISI	10
DAFTAR TABEL	12
DAFTAR GAMBAR	13
DAFTAR LAMPIRAN	14
BAB I PENDAHULUAN	15
1.1. Latar Belakang	15
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang	20
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	21
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Magang	21
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Magang	22
A. Proses Administrasi Kampus	22
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	24
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	24
2.1.1 Visi Misi	26
2.1.2 Logo	27
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	27
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	34
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	34
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	38
3.2.1 Tugas Kerja Magang	39
3.2.2 Uraian Kerja Magang	41
3.2.3 Goal Setting	43

3.2.4 Content Ideation & Planning	46
3.2.5 Content Creation	48
3.2.6 Content Marketing Evaluation	55
3.2.7 Content Distribution	56
3.2.8 Content Marketing Improvement	58
3.2.9 Media Strategist	60
3.3 Kendala yang Ditemukan	64
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	66
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	68
4.1 Simpulan	68
4.2 Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	73

UMN

DAFTAR TABEL

Tabel 1 1 Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan.....	22
Tabel 3 1 Tugas Kerja Magang.....	40
Tabel 3 2Timeline Kerja Magang.....	41



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 Tren Data Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia Tahun 2024.....	16
Gambar 2 1 Logo Perusahaan RE/MAX.....	24
Gambar 2 2 Struktur Organisasi RE/MAX Indonesia.....	28
Gambar 2 3 Struktur Departemen Marketing Communication.....	31
Gambar 3 1 Alur Koordinasi.....	35
Gambar 3 2 Briefing Tentang Rumah Bintaro.....	37
Gambar 3 3 Briefing Tentang Treding Update Properti.....	37
Gambar 3 4 Briefing Konten Lebaran.....	38
Gambar 3 5 Konten feeds keuntungan dalam menjual rumah dengan agent RE/MAX Blessig.....	44
Gambar 3 6 Konten Interview Reels Instagram RE/MAX Blessing.....	45
Gambar 3 7 Jenis Investasi Properti.....	47
Gambar 3 8 Footage Content Rumah Armont.....	49
Gambar 3 9 Footage Konten di Google Drive.....	50
Gambar 3 10 Live Report Convention 11th.....	51
Gambar 3 11 Live Report Weekly Meeting.....	51
Gambar 3 12 Live Report Product Knowledge.....	52
Gambar 3 13 Proses Editing Jalanan Dari Sampah Plastik BSD.....	53
Gambar 3 14 Proses Editing Rumah Teravia BSD.....	54
Gambar 3 15 Caption Q Livin, Park Serpong.....	55
Gambar 3 16 Caption Tresor BSD City.....	55
Gambar 3 17 Editorial Plan RE/MAX Blessing.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 3 18 Revisi Konten Via WhatsApp.....	56
Gambar 3 19 Screen Shoot WA Tante Juwet.....	57
Gambar 3 20 Banner Kompetisi Summarecon Serpong.....	58
Gambar 3 21 Konten Reels Instagram RE/MAX Blessing.....	62
Gambar 3 22 Konten Reels Instagram Eonna.....	63

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN	73
A. Surat Pengantar MBKM - MBKM 01	73
B. Kartu MBKM - MBKM 02	73
C. Daily Task MBKM - MBKM 03	74
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM - MBKM 04	80
D. Surat Penerimaan MBKM (LoA)	81
E. Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin	81
F. Semua hasil karya tugas yang dilakukan selama MBKM	82

UMN