

**PERAN CONTENT CREATOR DALAM MANAJEMEN
KONTEN DI PT JAKARTA PROPERTINDO (PERSERODA)**



LAPORAN MAGANG

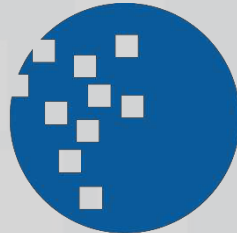
AMELIA FATHJRIA ANUGRAH AKBAR

00000077213

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

2025

**PERAN CONTENT CREATOR DALAM MANAJEMEN
KONTEN DI PT JAKARTA PROPERTINDO (PERSERODA)**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

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

AMELIA FATHJRIA ANUGRAH AKBAR

00000077213

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Amelia Fathjria Anugrah Akbar

Nomor Induk Mahasiswa : 00000077213

Program Studi : Ilmu Komunikasi

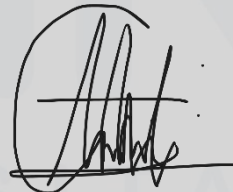
Laporan Magang dengan judul:

**PERAN CONTENT CREATOR DALAM MANAJEMEN KONTEN DI PT
JAKARTA PROPERTINDO (PERSERODA)**

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, 07 Juli 2025



(Amelia Fathjria Anugrah Akbar)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**PERAN CONTENT CREATOR DALAM MANAJEMEN KONTEN DI PT
JAKARTA PROPERTINDO (PERSERODA)**

Oleh

Nama : Amelia Fathjria Anugrah Akbar
NIM : 00000077213
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 07 Juli 2025
Pukul 16.00 s.d 17.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut

Ketua Sidang

Penguji



Anton Binsar, S.Sos., M.Si
NIDN 0309027705

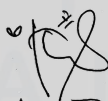
Dian Nuranindya, S.E., M.Si
NIDN 0314128502

Pembimbing



Anton Binsar, S.Sos., M.Si
NIDN 0309027705

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Amelia Fathjria Anugrah Akbar

NIM : 00000077213

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya Ilmiah : Laporan Magang

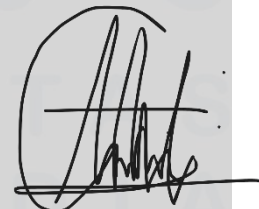
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PERAN CONTENT CREATOR DALAM MANAJEMEN KONTEN DI PT JAKARTA PROPERTINDO (PERSERODA)

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, 27 Juni 2025

Yang menyatakan,



(Amelia Fathjria Anugrah Akbar)

KATA PENGANTAR

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

“PERAN CONTENT CREATOR DALAM MANAJEMEN KONTEN DI PT JAKARTA PROPERTINDO (PERSERODA)” 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 Anton Binsar, S.Sos., M.Si sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Bapak/Ibu Dosen selaku Ketua Sidang dan Bapak/Ibu Dosen selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Bapak Arrozi (Mas Oji), Bapak Raharjo (Mas Yayan), Bapak Egi (Mas Egi), Mbak Shofi, dan Mba Asky, selaku tim *corporate communication* untuk waktu dan bimbingan serta arahan dan motivasi yang telah diberikan semasa magang ini.
7. Kepada Perusahaan BUMD PT Jakarta Propertindo (Perseroda) khususnya di divisi *Corporate Secretary* yang menjadi tempat pengembangan dan terlaksanakan kerja magang.

8. Keluarga dan kekasih yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral
9. Nina, kak Bulan, dan kak Elsa yang merupakan rekan magang serta *support* selama mengerjakan pekerjaan magang di kantor.

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

Tangerang, 27 Juni 2025
(Amelia Fathjria Anugrah Akbar)

PERAN CONTENT CREATOR DALAM MANAJEMEN KONTEN DI PT JAKARTA PROPERTINDO (PERSERODA)

Amelia Fathjria Anugrah Akbar

ABSTRAK

Pemilihan PT Jakarta Propertindo (Perseroda) sebagai tempat magang dilatarbelakangi oleh pentingnya peran strategi komunikasi digital dalam memperkuat citra perusahaan dan keterlibatan audiens, khususnya pada sektor properti dan infrastruktur. Magang ini bertujuan untuk memahami alur kerja seorang *Content Creator* serta mengimplementasikan manajemen konten digital di dunia industri yang sesungguhnya. Posisi magang berada dalam unit *Corporate Communication* di bawah Divisi *Corporate Secretary*. Tugas utama mencakup seluruh tahapan manajemen konten, yakni perencanaan, produksi, hingga distribusi konten ke media sosial perusahaan menggunakan Meta Business Suite. Praktik kerja ini mengintegrasikan teori dari mata kuliah seperti *Social Media & Mobile Marketing Strategy* dan *Creative Media Production* ke dalam aktivitas nyata seperti dokumentasi kegiatan perusahaan, perancangan visual, penyuntingan video dengan CapCut Pro, serta penyusunan *content plan* berdasarkan *content pillar* perusahaan. Kendala utama dalam proses magang adalah tidak adanya sistem evaluasi performa konten yang terstruktur serta keterbatasan dalam sarana produksi. Solusi yang dilakukan adalah dengan studi mandiri terhadap tren media sosial, diskusi dengan mentor, serta eksplorasi *tools* desain dan *editing*. Dari pengalaman ini dapat disimpulkan bahwa peran *Content Creator* tidak hanya menuntut kreativitas dan keterampilan teknis, tetapi juga pemahaman terhadap strategi komunikasi perusahaan agar dapat menciptakan konten yang relevan, kredibel, dan memperkuat citra institusi secara menyeluruh.

Kata kunci: *content creator*, manajemen konten digital, strategi komunikasi, media sosial, komunikasi perusahaan

THE ROLE OF A CONTENT CREATOR IN CONTENT MANAGEMENT AT PT JAKARTA PROPERTINDO (PERSERODA)

Amelia Fathjria Anugrah Akbar

ABSTRACT

The selection of PT Jakarta Propertindo (Perseroda) as an internship location was based on the increasing importance of digital communication strategies in strengthening corporate image and audience engagement, especially within the property and infrastructure sectors. This internship aimed to gain a comprehensive understanding of the workflow of a Content Creator and to implement effective digital content management aligned with industry standards. The internship was conducted under the Corporate Communication unit of the Corporate Secretary Division. Main responsibilities included executing the full cycle of content management planning, production, and distribution particularly for the company's social media platforms using Meta Business Suite. This practical experience allowed for the integration of academic knowledge from courses such as Social Media & Mobile Marketing Strategy and Creative Media Production into real industry practices, including visual documentation of corporate events, content planning based on company content pillars, video editing using CapCut Pro, and visual design using Canva and Figma. The main challenges encountered were the absence of a structured content performance evaluation system and limited production resources. Solutions were carried out through self-directed learning of social media trends, regular discussions with mentors, and the creative use of digital tools. This internship concluded that the role of a Content Creator goes beyond technical skills—it demands creativity, strategic thinking, and a deep understanding of corporate communication to produce relevant, credible, and impactful content that supports the company's public image.

Keywords: *content creator, digital content management, communication strategy, social media, corporate communication*

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</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 Pelaksanaan Kerja Magang	4
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	5
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	5
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	5
BAB II GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI	8
2.1 Tentang PT Jakarta Propertindo (Perseroda)	8
2.2 Visi Misi PT Jakarta Propertindo (Perseroda)	9
2.3 Struktur Organisasi PT Jakarta Propertindo (Perseroda)	10
2.3.1 Ruang Lingkup Corporate Secretary Jakpro	11
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	13
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang	13
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang	15
3.2.1 Tugas Kerja Magang	16

3.2.2	Uraian Pelaksanaan Kerja Magang	17
3.2.3	Kendala Utama	42
3.2.4	Solusi	44
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN		47
4.1	Simpulan	47
4.2	Saran	49
4.2.1	Saran untuk Perusahaan	49
4.2.2	Saran untuk Universitas	49
4.2.3	Saran untuk Mahasiswa	50
DAFTAR PUSTAKA		52
LAMPIRAN		54

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Detail Pekerjaan Magang

17



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo PT Jakarta Propertindo (Perseroda)	8
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi PT Jakarta Propertindo (Perseroda)	10
Gambar 2. 3 Ruang Lingkup divisi <i>Corporate Secretary</i>	11
Gambar 3. 1 Gambaran pola visual konten Jakpro	20
Gambar 3. 2 Hasil riset visual konten Jakpro	21
Gambar 3. 3 Content Pillar Jakpro Sumber: PR & Creative Specialist Jakpro	24
Gambar 3. 4 Content Planning Jakpro	25
Gambar 3. 5 Content Idea entertainment	27
Gambar 3. 6 Bukti Pengiriman Link Rekap Dokumentasi ke Grup WhatsApp Subdivisi Corporate Communication	30
Gambar 3. 7 Penggunaan Figma untuk backdrop acara CFO BUMD 2025 yang diselenggarakan PT Jakpro	32
Gambar 3. 8 Penggunaan Canva untuk aset acara yang diselenggarakan oleh PT Jakpro	33
Gambar 3. 9 Project editing konten reels menggunakan CapCut Pro	36
Gambar 3. 10 Konten yang telah dipublikasi beserta captionnya	38
Gambar 3. 11 Jadwal Unggahan di Meta Business Suite sosial media PT Jakpro	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Pengajuan MBKM (KM 01)	54
Lampiran B Surat Pengantar MBKM (KM 2)	55
Lampiran C Kartu MBKM (KM 02)	56
Lampiran D Daily Task Perusahaan (KM 03)	57
Lampiran E Lembar Verifikasi MBKM (KM 04)	77
Lampiran F CV (Curriculum Vitae)	78
Lampiran G Lembar Konsultasi Bimbingan	80
Lampiran H Pengecekan Hasil Turnitin	81
Lampiran I Hasil Karya Tugas Kerja Magang	84