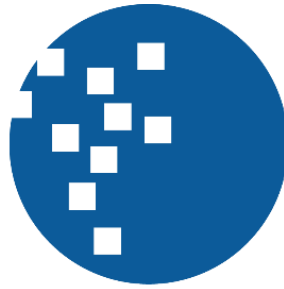


**PERAN *CONTENT CREATOR* DALAM STRATEGI  
PEMASARAN VEGA HOTEL GADING SERPONG  
(PARADOR)**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN MAGANG**

**NATASYA RAHMANIA PUTRI ZEBUA**

**00000067073**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

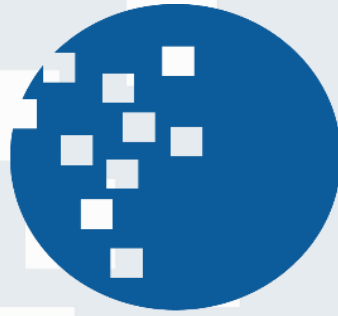
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2025**

**PERAN *CONTENT CREATOR* DALAM STRATEGI  
PEMASARAN VEGA HOTEL GADING SERPONG  
(PARADOR)**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

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

**NATASYA RAHMANIA PUTRI ZEBUA**

**00000067073**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2025**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Natasya Rahmania Putri Zebua

Nomor Induk Mahasiswa 00000067073

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

Peran *Content Creator* Dalam Strategi Pemasaran Vega Hotel Gading Serpong (PARADOR)

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, 11 Juli 2025



(Natasya Rahmania Putri Zebua)

UMIN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul  
Peran *Content Creator* Dalam Strategi Pemasaran Vega Hotel Gading  
Serpong (PARADOR)

Oleh

Nama : Natasya Rahmania Putri Zebua  
NIM : 00000067073  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari 11 Juli 2025  
Pukul 11.00 s.d 12.00 dan dinyatakan  
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



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

Penguji



**Dr. Hendar Putranto, M.Hum**  
NIDN 0407047904

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

Nama : Natasya Rahmania Putri Zebua

NIM : 00000067073

Program Studi : Komunikasi Strategis

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya Ilmiah : Laporan Magang

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* Dalam Strategi Pemasaran Vega Hotel Gading Serpong (PARADOR)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalih formatkan, 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,



Natasya Rahmania Putri Zebua

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## 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 Strategi Pemasaran Vega Hotel Gading Serpong (PARADOR)” 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 tugas akhir ini.
5. Bapak Dr. Aloysius Gonzaga Eka Wenats Wuryanta, S.S., M.Si selaku Ketua Sidang dan Bapak Dr. Hendar Putranto, M.Hum selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral
7. Teman-teman saya yang telah mendukung saya selama magang

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

Tangerang, 26 Juni 2025



Natasya Rahmania Putri Zebua

# PERAN *CONTENT CREATOR* DALAM STRATEGI PEMASARAN VEGA HOTEL GADING SERPONG (PARADOR)

Natasya Rahmania Putri Zebua

## ABSTRAK

Latar belakang pemilihan tempat magang ini didasari oleh perkembangan signifikan dalam industri perhotelan di Indonesia, yang didorong oleh meningkatnya jumlah wisatawan domestik maupun mancanegara serta pertumbuhan kawasan bisnis di berbagai daerah. Tujuan dari kegiatan magang ini adalah untuk memahami praktik komunikasi pemasaran, khususnya melalui media sosial di sektor perhotelan. Penulis memilih Vega Hotel Gading Serpong, sebuah hotel bintang tiga yang berada di bawah naungan Parador Hotel & Resorts, sebagai tempat untuk melaksanakan kegiatan magang. Posisi yang diambil adalah sebagai *Content Creator* di bawah divisi *Marketing Communication*, yang memiliki tanggung jawab dalam merancang dan mengelola konten promosi melalui media sosial resmi hotel. Tugas utama magang adalah merancang dan mengelola konten digital untuk media sosial sebagai bagian dari strategi promosi hotel. Selama proses magang, penulis menghadapi beberapa kendala, terutama dalam hal persetujuan konten dari manajemen pusat yang cenderung memakan waktu dan membatasi ruang kreativitas penulis. Namun demikian, pengalaman ini menunjukkan bahwa media sosial sangat penting sebagai alat pemasaran yang mampu membangun hubungan dengan *audience* secara langsung, *real-time*, serta berpotensi besar dalam meningkatkan daya saing dan visibilitas hotel di tengah persaingan industri yang semakin ketat.

**Kata kunci:** Strategi Komunikasi Pemasaran, *Digital Marketing*, *Marketing Communication*, *Content Creator*

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

# ***THE ROLE OF CONTENT CREATOR IN THE MARKETING STRATEGY OF VEGA HOTEL GADING SERPONG (PARADOR)***

Natasya Rahmania Putri Zebua

## ***ABSTRACT***

*The background of this internship location selection is based on significant developments in the hospitality industry in Indonesia, driven by the increasing number of domestic and foreign tourists and the growth of business areas in various regions. The purpose of this internship is to understand marketing communication practices, especially through social media in the hospitality sector. The author chose Vega Hotel Gading Serpong, a three-star hotel under the auspices of Parador Hotel & Resorts, as a place to carry out internship activities. The position taken is as a Content Creator under the Marketing Communication division, which is responsible for designing and managing promotional content through the hotel's official social media. The main task of the intern is to design and manage digital content for social media as part of the hotel's promotional strategy. During the internship process, the author faced several obstacles, especially in terms of content approval from central management which tends to take time and limit the author's creative space. However, this experience shows that social media is very important as a marketing tool that is able to build relationships with audiences directly, in real-time, and has great potential in increasing the competitiveness and visibility of hotels amidst increasingly tight industry competition.*

***Keywords:*** *Marketing Strategy, Digital Marketing, Marketing Communication, Content Creator*

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## Daftar Isi

|                                                                                        |            |
|----------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....</b>                                          | <b>ii</b>  |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>                                                        | <b>iii</b> |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK<br/>KEPENTINGAN AKADEMIS .....</b> | <b>iv</b>  |
| <b>KATA PENGANTAR .....</b>                                                            | <b>v</b>   |
| <b>ABSTRAK.....</b>                                                                    | <b>vi</b>  |
| <b>ABSTRACT.....</b>                                                                   | <b>vii</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>                                                         | <b>1</b>   |
| 1.1 Latar Belakang .....                                                               | 1          |
| 1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang .....                                   | 9          |
| 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....                                   | 9          |
| <b>1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang.....</b>                                       | <b>9</b>   |
| <b>1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....</b>                                    | <b>9</b>   |
| <b>BAB II GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI.....</b>                                 | <b>12</b>  |
| 2.1 Tentang Vega Hotel Gading Serpong .....                                            | 12         |
| <b>2.1.1 Fasilitas Vega Hotel Gading Serpong.....</b>                                  | <b>13</b>  |
| <b>2.1.2 Tentang Parador.....</b>                                                      | <b>14</b>  |
| 2.2 Visi Misi Vega Hotel Gading Serpong.....                                           | 16         |
| 2.3 Struktur Organisasi Vega Hotel Gading Serpong .....                                | 16         |
| <b>BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....</b>                                           | <b>28</b>  |
| 3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang.....                                                  | 28         |
| 3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang.....                                           | 31         |
| <b>3.2.1 Tugas Kerja Magang.....</b>                                                   | <b>32</b>  |

|                                            |           |
|--------------------------------------------|-----------|
| 3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang..... | 34        |
| 3.2.3 Kendala Utama .....                  | 52        |
| 3.2.4 Solusi.....                          | 53        |
| <b>BAB IV SIMPULAN DAN SARAN.....</b>      | <b>56</b> |
| 4.1 Simpulan.....                          | 56        |
| 4.2 Saran.....                             | 57        |
| 4.2.1 Saran untuk Perusahaan.....          | 57        |
| 4.2.2 Saran untuk Universitas .....        | 57        |
| 4.2.3 Saran untuk Mahasiswa.....           | 58        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                | <b>59</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>                      | <b>60</b> |



## Daftar Tabel

|                                              |    |
|----------------------------------------------|----|
| Tabel 3.2 1 Tugas Utama Content Creator..... | 33 |
| Tabel 3.2 2 Timeline Kerja Magang .....      | 34 |



## Daftar Gambar

|                                                                                       |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1. 1 Perkembangan Pariwisata 2024.....                                         | 2  |
| Gambar 1. 2 Tren Data Pengguna Internet dan Media sosial di Indonesia Tahun 2024..... | 4  |
| Gambar 1. 3 Tren Data Pengguna Internet dan Media sosial di Indonesia Tahun 2024..... | 5  |
| Gambar 1. 4Instagram YuGo Restaurant .....                                            | 7  |
| Gambar 1. 5 Instagram Vega Hotel.....                                                 | 7  |
| Gambar 2. 1 Logo Vega Hotel Gading Serpong .....                                      | 12 |
| Gambar 2. 2 Vega Features .....                                                       | 13 |
| Gambar 2. 3 Hotel Management Company.....                                             | 14 |
| Gambar 2. 4 Hotel Management Company.....                                             | 15 |
| Gambar 2. 5Struktur Organisasi Vega Hotel Gading Serpong.....                         | 17 |
| Gambar 2. 6 Struktur Departemen Sales & Marketing .....                               | 20 |
| Gambar 3. 1 Tampilan Instagram Vega Hotel Gading Serpong .....                        | 29 |
| Gambar 3. 2 Tampilan Instagram Yugo Restaurant .....                                  | 30 |
| Gambar 3. 3 Referensi Konten .....                                                    | 36 |
| Gambar 3. 4 Storyboard Hawaiian BBQ.....                                              | 39 |
| Gambar 3. 5 Storyboard Hotpot .....                                                   | 39 |
| Gambar 3. 6 Proses Syuting .....                                                      | 43 |
| Gambar 3. 7 Konten Instagram Story.....                                               | 44 |
| Gambar 3. 8 Hasil Editing & Voice Over .....                                          | 47 |
| Gambar 3. 9 Wordingan WhatsApp Blast.....                                             | 47 |
| Gambar 3. 10 Proses Editing Konten Instagram Story.....                               | 48 |
| Gambar 3. 11 Konten Poster Instagram Story.....                                       | 49 |
| Gambar 3. 12 Konten Poster Instagram Story.....                                       | 51 |
| Gambar 3. 13 Content Buffer Instagram Story .....                                     | 55 |

## Daftar Lampiran

|                                               |    |
|-----------------------------------------------|----|
| Surat Pengantar MBKM - MBKM 01 .....          | 60 |
| Kartu MBKM - MBKM 02 .....                    | 61 |
| Daily Task MBKM - MBKM 03.....                | 62 |
| Lembar Verifikasi Laporan MBKM - MBKM 04..... | 67 |
| Surat Penerimaan MBKM (LoA) .....             | 68 |
| Form Konsultasi Magang .....                  | 69 |
| Hasil Turnitin .....                          | 70 |

