

**PERAN CONTENT CREATOR DAN
SOCIAL MEDIA MARKETING
DI PT MITRA BELANJA GEMILANG**



LAPORAN MAGANG

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

Maitriana

00000069324

**PROGRAM STUDI STRATEGIC COMMUNICATION
FAKULTAS KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**PERAN CONTENT CREATOR DAN
SOCIAL MEDIA MARKETING
DI PT MITRA BELANJA GEMILANG**



LAPORAN MAGANG

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

Maitriana

00000069324

PROGRAM STUDI STRATEGIC COMMUNICATION

FAKULTAS KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Maitriana
Nomor Induk Mahasiswa : 00000069324
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang Penelitian dengan judul:

PERAN CONTENT CREATOR DALAM PROSES MAGANG SOCIAL MEDIA MARKETING DI PT. MITRA BELANJA GEMILANG

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

Tangerang, 27 Juni 2025



(Maitriana)

*materai Rp 10.000,00

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan Magang dengan Judul

PERAN *CONTENT CREATOR* DAN *SOCIAL MEDIA* *MARKETING* DI PT MITRA BELANJA GEMILANG

Oleh

Nama : Maitriana
NIM : 00000069324
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Magang Universitas Multimedia Nusantara
Tangerang, 28 Juni 2025

Dosen Pembimbing



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

NIDN 0304078404

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



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

NIDN 0304078404

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**PERAN CONTENT CREATOR DAN SOCIAL MEDIA
MARKETING DI PT. MITRA BELANJA GEMILANG**

Oleh
Nama : Maitriana
NIM : 00000069324
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 10 Juli
2025 Pukul 14:30 s/d 15:30 dan
dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji


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


Asep Sutresna, S.I.Kom., M.A.
NIDN 0307126303

Pembimbing


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

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Cendera Rizky Anugerah 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 : Maitriana
NIM : 00000069324
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : 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 DAN SOCIAL MEDIA MARKETING DI PT. MITRA BELANJA GEMILANG

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



Maitriana

KATA PENGANTAR

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

“PERAN CONTENT CREATOR DAN SOCIAL MEDIA MARKETING DI PT. MITRA BELANJA GEMILANG”

yang 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 bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari beberapa pihak baik dari masa perkuliahan sampai penyusunan laporan magang ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan laporan magang ini. Oleh karena itu, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Ir. Andrey Andoko, PhD, 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/Ibu Dosen selaku Ketua Sidang dan Bapak/Ibu Dosen selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
5. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si, selaku dosen pembimbing magang yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi hingga selesainya laporan ini.
6. Kakak Kinanti Dinda Hafidzah, selaku *Content Strategy & Production Lead* dan supervisor yang telah mengizinkan dan membimbing saya selama proses magang di PT Mitra Belanja Gemilang.
7. Keluarga saya yang sudah memberikan dukungan material, moral dan emosional dari awal hingga akhir dari proses magang saya.
8. KBBI (Lovenia Megumi, Eirene Margareth) yang sudah memberikan

dukungan moral dan emosional sejak awal perkuliahan hingga penyelesaian laporan magang ini.

Semoga laporan magang ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi dan sumber informasi bagi para pembaca terkhususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara kedepannya.

Tangerang, 27 Juni 2025

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Maitriana' with a stylized flourish at the end.

(Maitriana)

The logo of Universitas Multimedia Nusantara (UMN), featuring the letters 'UMN' in a large, bold, blue, sans-serif font.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERAN *CONTENT CREATOR* DAN SOCIAL MEDIA MARKETING DI PT. MITRA BELANJA GEMILANG

Maitriana

ABSTRAK

Memasuki era digital dengan meningkatnya penggunaan platform digital seperti media sosial baik sebagai alat komunikasi maupun sumber informasi, banyak perusahaan mulai berpindah ke strategi yang lebih menggunakan platform digital. Penulis melaksanakan program kerja magang di PT Mitra Belanja Gemilang sebagai *content creator intern* selama empat bulan dengan tugas utama yaitu melaksanakan strategi *social media marketing* untuk Lumecolors dan merek lainnya dibawah PT Mitra Belanja Gemilang. Selama masa magang, penulis mempelajari proses-proses pelaksanaan strategi *social media marketing* dan perannya di PT Mitra Belanja Gemilang sekaligus mengasah keterampilan profesional penulis. Laporan ini menunjukkan pemahaman penuh dari penulis mengenai peran *content creator* dalam pelaksanaan strategi *social media marketing*. Namun, penulis menghadapi kendala dalam mempelajari proses dalam *social media marketing*, terutama proses evaluasi selama program magang di PT Mitra Belanja Gemilang. Disini penulis mengambil inisiatif mandiri untuk belajar secara otodidak. Paduan pengetahuan yang didapatkan secara mandiri dan praktik selama magang membuat pemahaman penulis terhadap strategi *social media marketing* lebih mendalam. Dengan demikian, disarankan bagi perusahaan untuk menggunakan alat-alat analitik, dan mahasiswa untuk membekali diri dengan pengetahuan dasar mengenai alat-alat analitik untuk memahami strategi *social media marketing* secara keseluruhan.

Kata kunci: *Content Creator Intern, Social Media Marketing, Industri Kecantikan.*

PERAN CONTENT CREATOR DAN SOCIAL MEDIA MARKETING DI PT. MITRA BELANJA GEMILANG

Maitriana

ABSTRACT (English)

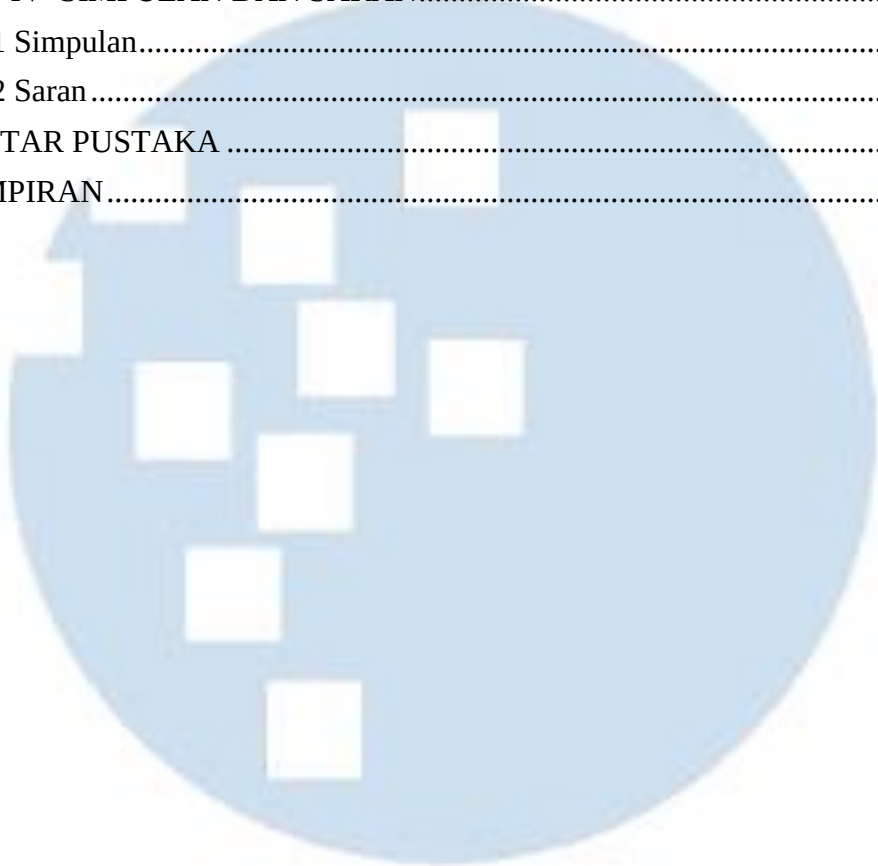
Entering a digital era where the usage of digital platforms like social media, whether as a communication tool or source of information, is increasing, many companies began to migrate to strategies that utilize digital platforms. The writer carried out this internship program at PT Mitra Belanja Gemilang with the duration of four months with one main objective that is to fulfill social media marketing strategies for Lumecolors and other brands under PT Mitra Belanja Gemilang. During this internship period, the writer has learnt the process of executing social media marketing strategy and its role in PT Mitra Belanja Gemilang whilst hone the writer's professional skills. This report shows the full understanding from the writer regarding the execution of social media marketing strategy. But the writer has come to face with a challenge whilst learning the process of social media marketing, especially the evaluation process during the writer's internship period at PT Mitra Belanja Gemilang. Here, the writer took the initiative to learn it outside from the company's guidance. The combination of the knowledge obtained independently and practice gotten from the internship deepened the writer's understanding of social media marketing. Therefore, it is suggested for the company to utilize analytics tools, and for the students to have a basic understanding of those said tools to understand social media marketing strategy as a whole.

Keywords: *Content Creator Intern, Social Media Marketing, Industri Kecantikan.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iii
.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT (English).....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.1.1 Social Media Marketing untuk Brand Lokal	5
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang	8
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	9
1.3.1 Waktu Kerja Magang.....	9
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	10
BAB II TENTANG PERUSAHAAN	15
2.1. Gambaran Umum Perusahaan PT Mitra Belanja Gemilang.....	15
2.2. Sejarah Perusahaan.....	18
2.2.1 Visi Misi & Nilai Perusahaan	19
2.3. Struktur Perusahaan.....	20
2.3.1 Struktur Divisi <i>Marketing</i>	24
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	27
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	27
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	28
3.2.1 Tugas Kerja Magang.....	29
3.2.2 Uraian Kerja Magang.....	31
3.3 Kendala yang Ditemukan	42
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	44

BAB IV SIMPULAN DAN SARAN.....	46
4.1 Simpulan.....	46
4.2 Saran.....	47
DAFTAR PUSTAKA	xiii
LAMPIRAN.....	xiv

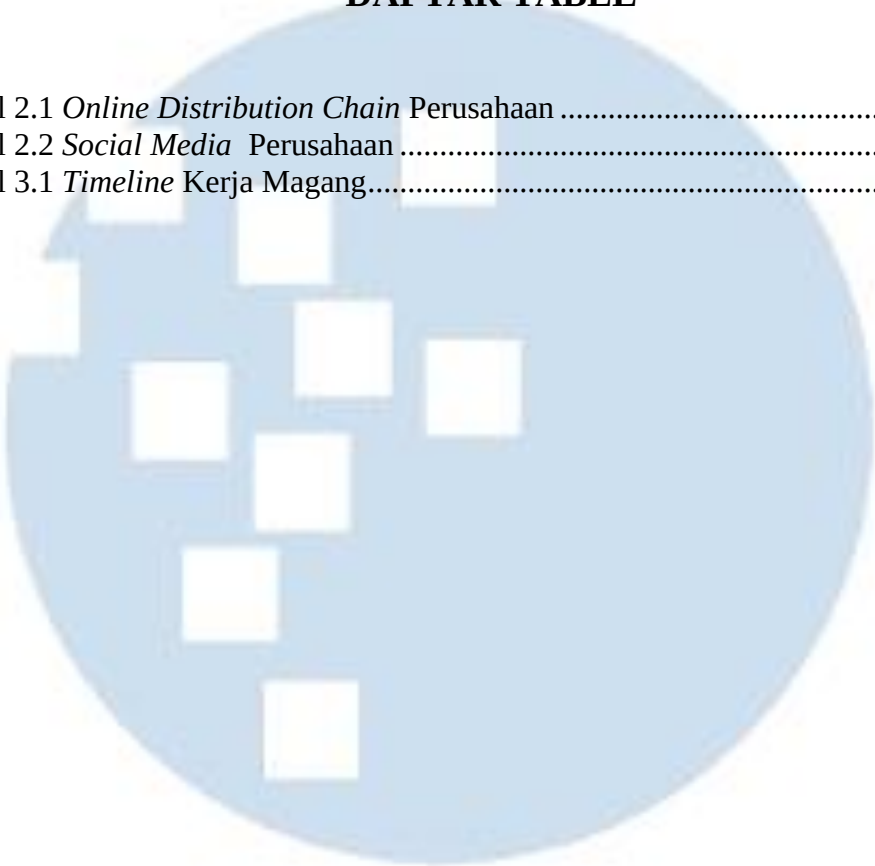


UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 <i>Online Distribution Chain</i> Perusahaan	17
Tabel 2.2 <i>Social Media</i> Perusahaan	18
Tabel 3.1 <i>Timeline Kerja Magang</i>	31



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Rata-Rata Waktu Penggunaan Sosial Media.....	1
Gambar 1.2 Perkiraan Pendapatan Produk Skincare dan Makeup di Indonesia	6
Gambar 2.1 Logo Lumecolors	16
Gambar 2.2 Logo Lume	16
Gambar 2.3 Struktur Perusahaan.....	21
Gambar 2.4 Struktur Divisi Marketing	24
Gambar 3.1 Alur Koordinasi Tugas	27
Gambar 3.2 <i>Content Planner</i>	30
Gambar 3.3 <i>Slides</i> Kumpulan Konsep	34
Gambar 3.4 Ruang Studio dan Ruang Live	35
Gambar 3.5 Contoh Proses <i>Editing</i>	37
Gambar 3.6 Contoh Proses <i>Approval</i> dan <i>Report Video</i>	37
Gambar 3.7 Contoh Proses Penugasan & Approval Copywriting	39
Gambar 3.8 Contoh Product Testing & Review	41



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Pengantar/Cover Letter MBKM – MBKM 01	xiv
Lampiran B Kartu Magang – MBKM 02.....	xv
Lampiran C Daily Task MBKM – MBKM 03	xvi
Lampiran D Lembar Verifikasi Magang – MBKM 04	xxi
Lampiran E Formulir Bimbingan Magang.....	xxii
Lampiran F Surat Penerimaan Magang Merdeka/Letter of Acceptance.....	xxiv
Lampiran G Pengecekan Turnitin	xxv
Lampiran H Curriculum Vitae	xxix

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA