

**PERAN CONTENT CREATOR DALAM PENGELOLAAN
BRAND SEKOLAH NOTRE DAME**



LAPORAN MAGANG

MARIO CLAVENT MARTUA BENEDIKTUS

00000068390

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

2025

**PERAN CONTENT CREATOR DALAM PENGELOLAAN
BRAND SEKOLAH NOTRE DAME**



LAPORAN MAGANG

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

MARIO CLAVENT MARTUA BENEDIKTUS

00000068390

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Mario Clavent Martua Benediktus

Nomor Induk Mahasiswa 00000068390

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

PERAN CONTENT CREATOR DALAM PENGELOLAAN BRAND SEKOLAH NOTRE DAME

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 skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 18 Juli 2025



Mario Clavent Martua Benediktus



HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**PERAN CONTENT CREATOR DALAM PENGELOLAAN BRAND
SEKOLAH NOTRE DAME**

Oleh

Nama : Mario Clavent Martua Benediktus
NIM : 00000068390
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Jumat, 18 Juli 2025
Pukul 13.00 s.d 14.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji


Ariel Barlian
Obadyah,
M.I.Kom.
2025.07.23
15:54:37
+07'00'



Ariel Barlian Obadyah, S.Sos.,

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

M.I.Kom.

NIDN 0304088702

NIDN 0307126303

Pembimbing


Ariel Barlian
Obadyah, M.I.Kom.
2025.07.23
15:55:11 +07'00'

Ariel Barlian Obadyah, S.Sos., M.I.Kom.

NIDN 0304088702

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi



Digitally signed by
Cendera Rizky Anugrah
Bangun
Date: 2025.07.24
09:53:13 +07'00'

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 : Mario Clavent Martua Benediktus

NIM : 00000068390

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 PENGELOLAAN BRAND SEKOLAH NOTRE DAME

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

Tangerang, 17 Juni 2025

Yang menyatakan,



Mario Clavent Martua Benediktus

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 PENGELOLAAN BRAND SEKOLAH NOTRE DAME” 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 berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan magang ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

Mengucapkan terima kasih

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 Ariel Barlian Obadyah, S.Sos., M.I.Kom. sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir magang ini.
5. Bapak Ariel Barlian Obadyah, S.Sos., M.I.Kom. selaku Ketua Sidang dan Bapak Asep Sutresna, S.I.Kom., M.A. 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.

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

Tangerang, 17 Juni 2025



Mario Clavent Martua Benediktus



PERAN CONTENT CREATOR DALAM PENGELOLAAN BRAND SEKOLAH NOTRE DAME

Mario Clavent Martua Benediktus

ABSTRAK

Latar Belakang pemilihan tempat magang didasari oleh perkembangan pesat media sosial sebagai alat komunikasi pemasaran dalam satu dekade terakhir. Strategi branding melalui media sosial dinilai penting untuk menciptakan citra lembaga pendidikan yang kuat dan relevan dalam era digital saat ini. **Tujuan** dari kerja magang ini adalah untuk memahami dan mengimplementasikan peran Content Creator dalam strategi branding guna membentuk dan memperkuat citra merek (*brand image*) perusahaan. **Perusahaan** yang menjadi tempat kerja magang adalah Sekolah Notre Dame Jakarta, sebuah institusi pendidikan yang memiliki divisi Marketing Communication. **Posisi** yang dipilih dalam aktivitas magang adalah sebagai Content Creator, yang memiliki tugas utama dalam penyusunan dan perencanaan ide konten untuk media sosial, dan publikasi konten di media sosial resmi sekolah. **Konsep** yang digunakan dalam laporan magang ini adalah konsep komunikasi pemasaran digital dan konsep strategi branding melalui media sosial. Selama delapan puluh hari kerja pelaksanaan magang, Content Creator berkontribusi dalam penguatan brand Sekolah Notre Dame Jakarta, melalui pembuatan konten visual dan naratif yang mencerminkan nilai dan citra perusahaan. Aktivitas tersebut meliputi penyusunan content planning, pelaksanaan ide kreatif, dan penyesuaian pesan untuk audiens yang dituju, yaitu orang tua dan calon siswa. Tantangan yang dihadapi selama proses kerja magang meliputi keterbatasan ruang eksplorasi ide-ide kreatif dan penyesuaian dengan gaya komunikasi institusi yang cenderung formal. Pengalaman tersebut menunjukkan bahwa peran Content Creator dalam membentuk pandangan publik terhadap institusi pendidikan melalui pendekatan konten yang relevan dan konsisten.

Kata kunci: Strategi *Branding*, Komunikasi Pemasaran Digital, Content Creator, Media Sosial, *Engagement* Audiens.

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 CREATORS IN MANAGING THE NOTRE DAME SCHOOL BRAND

Mario Clavent Martua Benediktus

ABSTRACT

The background for choosing the internship location is based on the rapid development of social media as a marketing communication tool over the past decade. Branding strategies through social media are considered important for creating a strong and relevant image of educational institutions in today's digital era. **The purpose** of this internship is to understand and implement the role of a Content Creator in branding strategies to shape and strengthen the company's brand image. **The company** where the internship took place is Notre Dame School Jakarta, an educational institution with a Marketing Communication division. **The position** chosen for the internship was Content Creator, whose primary responsibilities include developing and planning content ideas for social media and publishing content on the school's official social media platforms. **The concepts** used in this internship report are digital marketing communication and social media branding strategy. Over the course of eighty working days, the Content Creator contributed to strengthening the brand of Notre Dame School Jakarta through the creation of visual and narrative content that reflects the company's values and image. **These activities** included developing content planning, implementing creative ideas, and tailoring messages for the target audience, namely parents and prospective students. **Challenges** faced during the internship process included limitations in exploring creative ideas and adapting to the institution's formal communication style. This experience demonstrated the role of the Content Creator in shaping public perception of educational institutions through relevant and consistent content approaches.

Keywords: Branding Strategy, Digital Marketing Communication, Content Creator, Social Media, Audience Engagement.

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

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 GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang	4
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	5
BAB II GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI	8
2.1 Tentang Sekolah Notre Dame Jakarta	8
2.1.1 Identitas dan Makna Logo Sekolah Notre Dame	8
2.1.2 Profil Perusahaan	9
2.2 Visi Misi Sekolah Notre Dame Jakarta	10
2.3 Struktur Organisasi Sekolah Notre Dame Jakarta	11
2.4 Ruang Lingkup Kerja Sekolah Notre Dame Jakarta	16
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	20
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang	20
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang	22
3.2.1 Tugas Kerja Magang	22
3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang	23
3.2.3 Kendala Utama	32

3.2.4	Solusi	33
BAB IV	SIMPULAN DAN SARAN	35
4.1	Simpulan	35
4.2	Saran	35
4.2.1	Saran untuk Perusahaan	36
4.2.2	Saran untuk Universitas	36
4.2.3	Saran untuk Mahasiswa	36
DAFTAR PUSTAKA		37
LAMPIRAN		39
MBKM 01 SURAT PENGANTAR MAGANG		39
MBKM 02 KARTU MAGANG		40
DAILY TASK KEWIRAUSAHAAN		40
VERIFIKASI MAGANG		41
OFFERING LETTER KANTOR		42
TURNITIN		43
LEMBAR CURRICULUM VITAE		46
LEMBAR KONSULTASI BIMBINGAN MAGANG		47



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pokok Pendidikan (DAPODIK).....	2
Gambar 2.1 Logo Sekolah Notre Dame	8
Gambar 2.3 Struktur Organisasi Yayasan Notre Dame.....	11
Gambar 2.4 Penulis sedang melakukan proses pengambilan dan pengeditan video untuk kebutuhan konten promosi Sekolah Notre Dame.....	18
Gambar 3.2.2 Contoh konten Sekolah Notre Dame yang diproduksi	26
Gambar 3.2.2 Contoh konten Sekolah Notre Dame dengan views terbanyak	27
Gambar 3.2.2 Analisa views dan interactions di Instagram Sekolah Notre Dame	29



DAFTAR LAMPIRAN

MBKM 01 SURAT PENGANTAR MAGANG	39
MBKM 02 KARTU MAGANG.....	40
DAILY TASK KEWIRAUSAHAAN.....	40
VERIFIKASI MAGANG.....	41
OFFERING LETTER KANTOR.....	42
TURNITIN	43
LEMBAR CURRICULUM VITAE.....	46
LEMBAR KONSULTASI BIMBINGAN MAGANG	47

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA