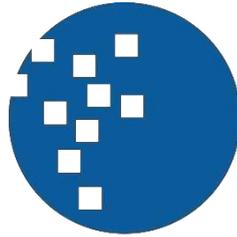


**PERAN MAGANG DALAM MARKETING SEBAGAI CONTENT  
CREATOR DI PT.HASANS INDONESIA**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN MAGANG**

**IMELDA SILVIANA GUNARTO**

**00000070128**

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

**2025**

**PERAN MAGANG DALAM MARKETING SEBAGAI CONTENT  
CREATOR DI PT.HASANS INDONESIA**



**LAPORAN MAGANG**

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

**IMELDA SILVIANA GUNARTO**

**00000070128**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2025**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Imelda Silviana Gunarto

Nomor Induk Mahasiswa 00000070128

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

### **PERAN MAGANG DALAM MARKETING SEBAGAI CONTENT CREATOR DI PT.HASANS 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 skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 19 Juni 2025



(Imelda Silviana Gunarto)

## HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan Magang dengan judul  
**PERAN MAGANG DALAM MARKETING SEBAGAI CONTENT  
CREATOR DI PT.HASANS INDONESIA**

Oleh  
Nama : Imelda Silviana Gunarto  
NIM : 00000070128  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada  
Sidang Ujian Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 19 Juni 2025

Pembimbing



**Dr. Arsa Widitiarsa Utoyo, S.T., M.Sn.**  
**NIDN 0313068201**

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi



Irwan Fakhruddin  
2025.06.27  
10:08:54 +07'00'  
2025.001.20531  
**Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.**  
**NIDN 0304078404**

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul  
**PERAN MAGANG DALAM MARKETING SEBAGAI CONTENT  
CREATOR DI PT.HASANS INDONESIA**

Oleh  
Nama : Imelda Silviana Gunarto  
NIM : 00000070128  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 17 Juli Pukul 09.00 s.d  
10.00 dan dinyatakan

**LULUS**

Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji



Digitally signed by Eko  
Hadi Saputro  
Reason: I am approving  
this document  
Location: Universitas  
Multimedia Nusantara  
Date: 2025-07-19  
18:19+07:00

**Dr. Arsa Widiarsa Utoyo, S.T., M.Sn**

**Eko Saputro, S.E., M.M.**

**NIDN 0313068201**

**NIDN 0303056102**

Pembimbing

**Dr. Arsa Widiarsa Utoyo, S.T., M.Sn.**

**NIDN 0313068201**

Kepala 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 : Imelda Silviana Gunarto

NIM : 00000070128

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

**PERAN MAGANG DALAM MARKETING SEBAGAI CONTENT  
CREATOR DI PT.HASANS INDONESIA**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalih media/mengalih formatkan, 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, 19 Juni 2025

Yang menyatakan,



(Imelda Silviana Gunarto)

## KATA PENGANTAR

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

**“PERAN MAGANG DALAM MARKETING SEBAGAI CONTENT CREATOR DI PT.HASANS INDONESIA”** 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:

1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juli adi, 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. Ars a Widiti arsa Utoyo, S.T., M.Sn sebagai Pembimbing pertama 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. Papa dan Mama yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, yang selalu menyemangati penulis untuk tidak boleh menyerah hingga di titik ini.

7. Kepada mentor magang saya yaitu Fawwaz Rafi yang sudah memberikan banyak arahan dan juga pembelajaran kepada penulis mengenai laporan magang.

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

Tangerang, 19 Juni 2025

  
(Imelda Silviana Gunarto)

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# PERAN MAGANG DALAM MARKETING SEBAGAI CONTENT CREATOR DI PT.HASANS INDONESIA

Imelda Silviana Gunarto

## ABSTRAK

Program magang yang dijalani di PT Hasans Indonesia menjadi pengalaman berharga bagi penulis dalam memahami dan mempraktikkan strategi pemasaran digital secara langsung, khususnya dalam peran sebagai Content Creator. Dalam posisi ini, penulis bertanggung jawab atas perencanaan, pembuatan, dan publikasi konten digital yang ditujukan untuk meningkatkan eksistensi dan daya tarik brand perusahaan di media sosial. Kegiatan ini mencakup penyusunan ide konten, penulisan naskah (script), proses pengambilan gambar dan editing, hingga penyusunan caption yang sesuai dengan karakter brand. Penulis juga terlibat dalam penjadwalan unggahan konten melalui kalender editorial serta melakukan monitoring performa konten untuk mengetahui tingkat efektivitasnya terhadap audiens. Selama pelaksanaan magang, penulis menghadapi berbagai tantangan, seperti keterbatasan alat produksi, waktu yang singkat dalam proses pembuatan konten, serta kebutuhan untuk terus menyesuaikan konten dengan tren digital yang dinamis. Namun, melalui pendekatan kreatif dan kolaboratif bersama tim, tantangan tersebut berhasil diatasi, dan penulis mampu memberikan kontribusi nyata dalam mendukung strategi komunikasi perusahaan. Selain meningkatkan keterampilan teknis dalam produksi konten, pengalaman ini juga memperkuat pemahaman penulis terhadap pentingnya peran digital marketing dalam membangun citra perusahaan dan menjangkau target pasar secara lebih luas. Program magang ini tidak hanya menjadi ajang pembelajaran praktis, tetapi juga menjadi fondasi penting dalam mempersiapkan penulis untuk menghadapi dunia kerja di industri kreatif yang terus berkembang.

**Kata kunci:** Content Creator, Media Sosial, Pemasaran Digital, Strategi Konten, PT Hasans Indonesia

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 INTERNSHIP IN MARKETING AS A CONTENT CREATOR AT PT. HASANS INDONESIA

Imelda Silviana Gunarto

## *ABSTRACT*

The internship program at PT Hasans Indonesia provided the author with valuable experience in applying and understanding digital marketing strategies, particularly in the role of a Content Creator. In this position, the author was responsible for planning, producing, and publishing digital content aimed at enhancing the company's brand presence and engagement on social media platforms. The tasks included content ideation, scriptwriting, filming, editing, and crafting captions that align with the brand identity. Additionally, the author managed content scheduling through an editorial calendar and monitored performance analytics to assess content effectiveness. Throughout the internship, the author encountered several challenges, such as limited production equipment, tight deadlines, and the need to adapt content to rapidly changing digital trends. However, by applying creative approaches and collaborating closely with the team, these obstacles were successfully addressed. The author made meaningful contributions to the company's communication strategy and gained hands-on skills in content production. Beyond technical capabilities, the internship also deepened the author's understanding of the vital role digital marketing plays in shaping brand image and reaching target audiences. Overall, the internship served as a crucial learning experience and a strong foundation for pursuing a career in the growing creative industry.

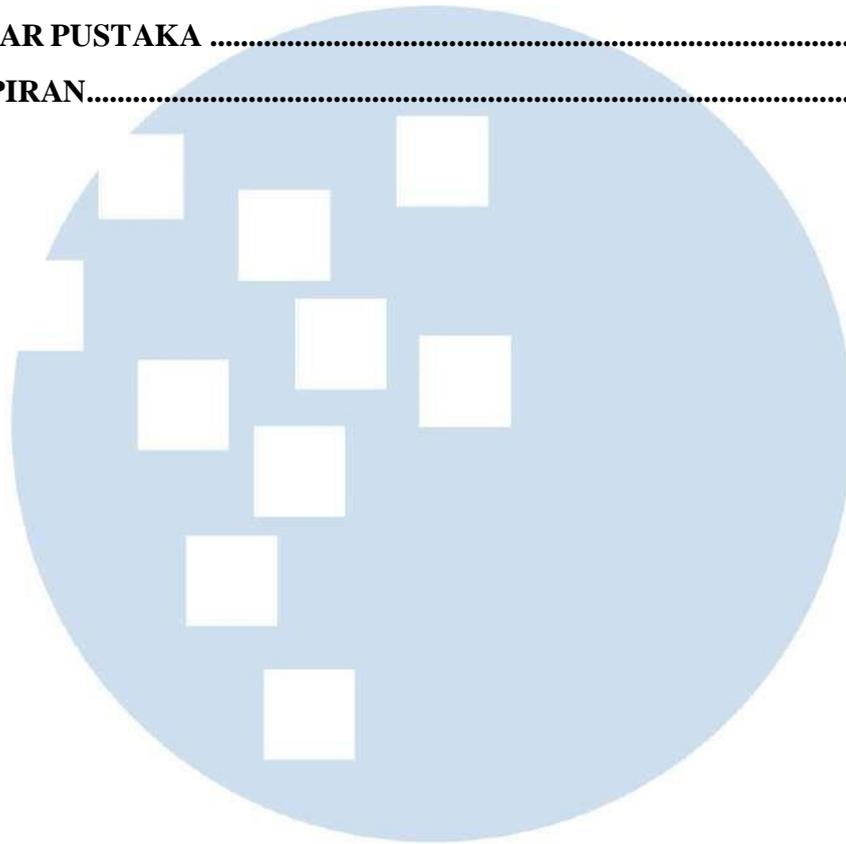
**Keywords:** Content Creator, Social Media, Digital Marketing, Content Strategy, PT Hasans Indonesia

U M N  
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

<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>i</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>v</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang.....	4
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang .....	5
<b>BAB II GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI</b>	<b>8</b>
2.1 Tentang PT.Hasans Indonesia .....	8
2.2 Visi Misi PT.Hasans Indonesia.....	10
2.3 Struktur Organisasi PT.Hasans Indonesia.....	10
<b>BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG</b>	<b>15</b>
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang.....	15
3.1.2 Tugas, Uraian Kerja Magang .....	16
<b>BAB IV SIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>34</b>
4.1 Simpulan.....	34

4.2	Saran .....	35
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>38</b>
<b>LAMPIRAN</b>	.....	<b>40</b>

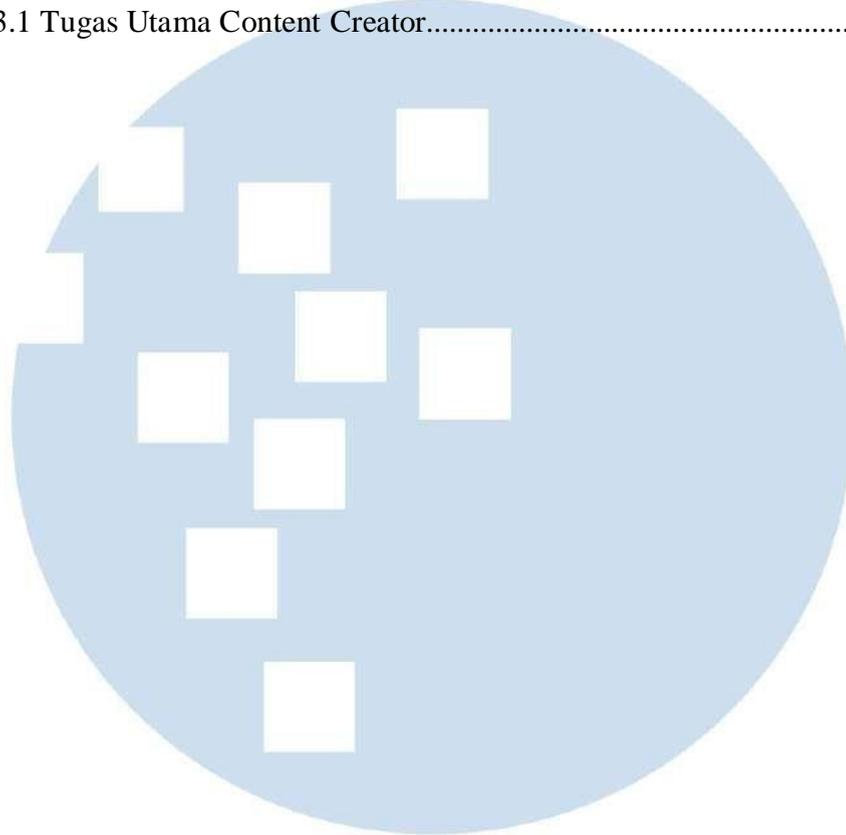


**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas Utama Content Creator.....19



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

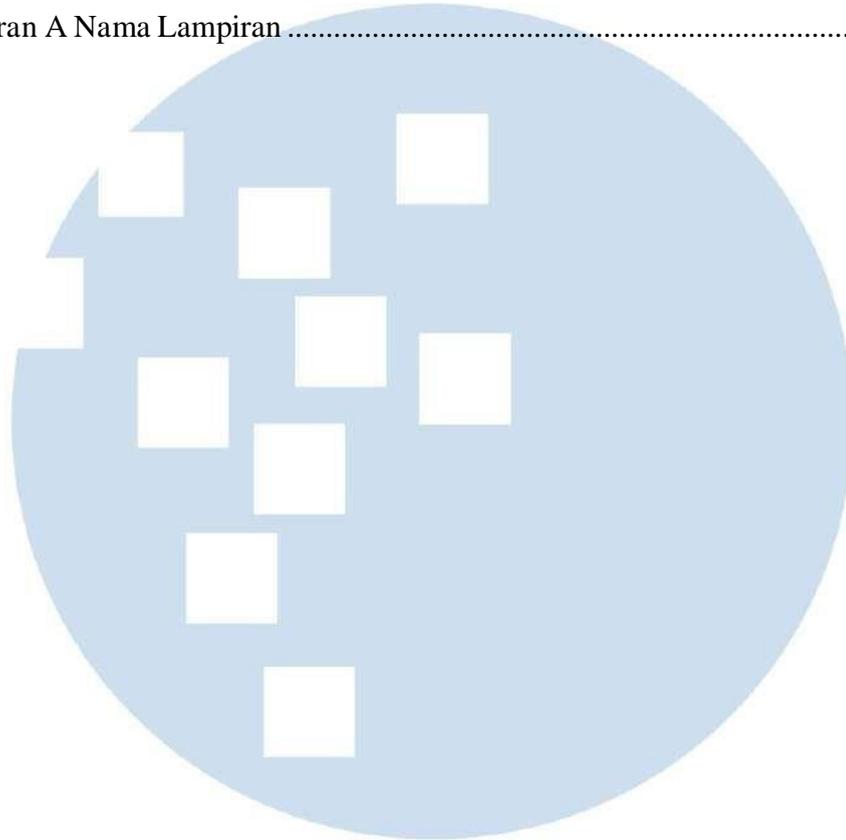
Gambar 2.3 Struktur Organisasi PT.Hasans Indonesia.....	11
Gambar 2.4 Struktur Departemen Marketing.....	13
Gambar 3.1 Penulis menjadi talent .....	24
Gambar 3.2 Hasil editan penulis .....	24
Gambar 3.3 Hasil Riset tren .....	25
Gambar 3.4 Caption dan script buatan penulis .....	26
Gambar 3.4 Content plan buatan penulis.....	26
Gambar 3.5 Komen balasan penulis .....	28
Gambar 3.6 Timeline penulis .....	28

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Nama Lampiran .....	40
--------------------------------	----



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# BAB I

## PENDAHULUAN

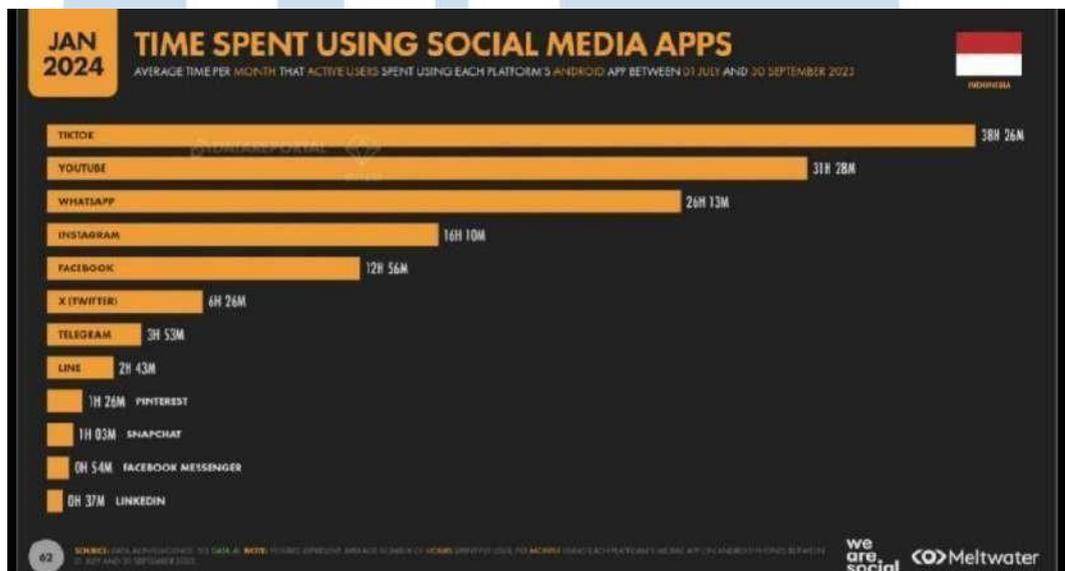
### 1.1 Latar Belakang

Pertumbuhan ekosistem digital di Indonesia menunjukkan dinamika yang sangat cepat. Hingga awal 2024, penetrasi internet meningkat menjadi 77% dari total populasi, setara dengan sekitar 220 juta pengguna. Angka ini menunjukkan adanya tambahan sekitar 1,5 juta pengguna dibanding tahun sebelumnya, menjadi indikator jelas bahwa masyarakat Indonesia semakin akrab dan bergantung pada dunia digital. Sebagai salah satu negara dengan populasi terbesar di dunia (sekitar 285 juta jiwa pada pertengahan 2025), akselerasi penetrasi internet telah membuka peluang luar biasa bagi aktivitas pemasaran digital. Bukan hanya di wilayah perkotaan, tetapi juga di pedesaan, di mana penetrasi digital masing-masing mencapai 58,9% dan 41,1%, jauh meningkat dibandingkan satu dekade sebelumnya (We Are Social & Meltwater, 2024).

Smartphone menjadi pintu utama akses digital, dengan lebih dari 353 juta koneksi seluler yang melampaui 126% rasio terhadap jumlah penduduk. Rata-rata pengguna di Indonesia menghabiskan waktu hingga delapan jam per hari untuk online, termasuk lima jam melalui perangkat mobile dan hampir tiga jam melalui komputer atau laptop. Perilaku ini mencerminkan karakter konsumen yang mobile-first, menjadikan strategi mobile marketing dan konten berbasis perangkat seluler semakin penting dalam digital marketing (Kemp, 2024).

Platform media sosial mendominasi cara konsumen menemukan, mengevaluasi, dan membeli produk. Berdasarkan laporan Meltwater, sebanyak hampir 139 juta masyarakat Indonesia aktif menggunakan media sosial pada awal 2024. Sementara itu, data dari StatCounter menunjukkan bahwa Facebook masih mendominasi pangsa pasar media sosial di Indonesia sebesar 91%, diikuti oleh YouTube (4,3%) dan Instagram (2,6%) (StatCounter, 2024).

TikTok dan YouTube juga mendominasi waktu yang dihabiskan di media sosial—TikTok memimpin, disusul oleh YouTube dan WhatsApp. Ini mengonfirmasi bahwa video pendek dan konten interaktif menjadi primadona, memungkinkan brand menjangkau audiens dengan konten yang informatif dan engaging.



Gambar 1.1 Perkembangan pengguna sosial media

Sumber: We are social & Meltwater (2024)

Ekonomi digital Indonesia telah mengalami transformasi spektakuler. Nilai Gross Merchandise Value (GMV) sektor digital tumbuh dari US\$ 41 miliar pada 2019 menjadi US\$ 77 miliar pada 2022, dan diproyeksikan menyentuh US\$ 130 miliar pada 2025. Ini menempatkan Indonesia sebagai penggerak utama ekonomi digital Asia Tenggara, dengan pangsa sekitar 39–40% dari total pasar regional.

E-commerce sendiri mencatat pertumbuhan luar biasa—dengan nilai pendapatan mencapai US\$ 73 miliar pada 2023 (YoY +22%). Kontrasnya, pada 2019 pendapatannya baru sekitar US\$ 25 miliar. Selanjutnya, sektor ini

diperkirakan melampaui US\$ 100 miliar pada 2025 . Lebih dari 100 juta penduduk berbelanja online, dan belanja makanan digital tumbuh +30%—menunjukkan popularitas e-commerce dalam gaya hidup masyarakat .

Dengan pergeseran digital yang signifikan, anggaran iklan pun berubah arah. Pada tahun 2024, diperkirakan 75% dari total belanja iklan akan dialokasikan untuk media digital, dengan nilai iklan digital mencapai US\$ 3,04 miliar dan diproyeksikan tumbuh hingga US\$ 3,23 miliar pada 2025 serta US\$ 4,27 miliar pada 2030 (CAGR 5,8%). Tren ini mencerminkan kepercayaan pelaku usaha terhadap efektivitas pemasaran digital—terutama di platform media sosial dan e-commerce (retail media). Dalam lanskap di atas, content marketing menjadi asset vital. Di Indonesia, tren global menunjukkan anggaran konten naik: 41% marketer meningkatkan belanja, dan 45% berencana memperluas dalam setahun . Alasan utamanya: konten memberikan brand awareness, lead, nurturing, loyalitas, hingga penjualan—menjawab berbagai tujuan bisnis dalam satu format.

Tren brand discovery di Indonesia menunjukkan bahwa search engine seperti Google menempati posisi teratas sebagai kanal pencarian produk baru, diikuti oleh media sosial. Platform seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan Facebook menjadi rujukan utama konsumen dalam mengenali dan mengevaluasi produk, yang menegaskan pentingnya konten visual, terutama video, dalam strategi pemasaran digital. Dengan tingginya penetrasi digital yang mencapai 77%, dominasi penggunaan perangkat mobile dan media sosial, pesatnya pertumbuhan e-commerce dan Gross Merchandise Value (GMV), serta peningkatan alokasi anggaran iklan digital, pemasaran berbasis konten menjadi solusi paling strategis untuk menjawab tantangan dan kebutuhan bisnis modern (We Are Social & Meltwater, 2024).

Dalam konteks magang ini, peran sebagai Content Creator tidak hanya relevan, tetapi juga sangat mendesak dan strategis. Penulis tidak hanya memperoleh pengalaman belajar, tetapi juga berkontribusi secara langsung dalam produksi konten yang menjangkau ratusan ribu pengguna, membangun citra merek, dan mendorong konversi digital. Keberadaan talent magang yang adaptif, kreatif, dan

terlatih seperti penulis menjadi nilai tambah tersendiri bagi PT Hasans Indonesia dalam menghadapi era pemasaran digital yang kompetitif (Smith, 2022).

Melalui pengalaman magang ini, penulis mendapatkan berbagai wawasan praktis yang memperkaya pemahaman akademik sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi. Penulis dapat menerapkan pembelajaran dari mata kuliah seperti **Social Media & Mobile Marketing Strategy**, **Visual & Photography Communication**, hingga **Public Speaking**, baik dalam penyusunan skrip, pengarahan kamera, pengambilan gambar, hingga kemampuan berbicara dengan baik di depan kamera. Pengalaman ini membuktikan bahwa pengelolaan media sosial tidaklah mudah—diperlukan perencanaan yang matang, kreativitas tinggi, serta strategi komunikasi yang efektif untuk membangun interaksi yang bermakna dengan audiens di berbagai platform digital (Anggraeni & Saragih, 2019).

## **1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang**

Aktivitas pelaksanaan kerja magang di PT Hasans Indonesia memiliki maksud untuk memahami dan memperdalam pengetahuan mengenai praktik kerja di bidang pemasaran dan media sosial. Secara khusus, tujuan dari pelaksanaan magang ini adalah untuk:

1. Memahami proses kerja sebagai Content Creator di divisi Marketing, termasuk dalam memilih konten sesuai target pasar dan menyusun content plan.
2. Mengembangkan strategi untuk meningkatkan dan mempertahankan engagement di berbagai platform media sosial.
3. Melatih kemampuan komunikasi, baik dalam berinteraksi dengan audiens maupun dalam menyampaikan pesan secara efektif dan persuasif.
4. Memperoleh pengalaman langsung dan gambaran nyata tentang dunia kerja di industri digital marketing sebagai bekal menghadapi karier di masa depan.

## **1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Kegiatan magang ini dilaksanakan pada bulan Januari hingga bulan Juni 2025, dengan total durasi kerja delapan puluh tiga hari atau enam ratus empat puluh jam kerja dimana sesuai dengan panduan MBKM Magang Track 1 dan sesuai juga dengan arahan program studi. Pelaksanaan magang dilakukan secara full time untuk hari dan juga jam kerjanya. Untuk hari dimulai dari hari Senin-Sabtu dengan jam kerja pukul 08.30 WIB sampai 16.00 WIB. Pada jam kerja divisi Marketing sering kali terlambat 15 menit dikarenakan seringkali diadakannya meeting yang akhirnya seringkali terlambat sedikit untuk selesai.

### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

#### **A. Proses Administrasi Kampus (UMN)**

- 1) Mengikuti pembekalan magang wajib secara online pada 6 juni 2024.
- 2) Mengisi KRS internship di myumn.ac.id dengan syarat telah menempuh 110 sks dan tidak ada nilai D & E. Serta me-request transkrip nilai dari semester awal hingga semester akhir sebelum magang di [www.gapura.umn.ac.id](http://www.gapura.umn.ac.id).
- 3) Mengajukan praktik kerja magang melalui CV, Glints dan juga LinkedIn.
- 4) Mengajukan proses apply perusahaan dengan mengirimkan CV dan juga portofolio.
- 5) Mengajukan KM-01 lebih dari satu kali melalui pengisian Google Form di e-mail untuk verifikasi tempat magang yang memenuhi persyaratan dan mendapat persetujuan dalam bentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang) dari Kepala Program Studi.
- 6) Mendapat panggilan interview untuk tahap 1 melalui aplikasi Glints pada 2 Januari 2025 yang kemudian langsung terhubung pada supervisor PT.Hasans Indonesia yaitu Bapak Ben Omar.

- 7) Mendapat panggilan interview untuk tahap 2 melalui WA dan lewat google meet sebagai Content Creator Intern.
- 8) Pada 14 Januari 2025, mendapat panggilan lolos untuk tahap interview 1 dan 2.
- 9) Mendapat persetujuan dari pihak kampus untuk magang di *PT.Hasans Indonesia* dan mendapatkan surat KM02.
- 10) Pada tanggal 17 Januari 2025 hari pertama masuk dan bekerja sebagai Content Creator dan di perkenalkan pada masing-masing divisi.

#### B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang

- 1) Proses pengajuan praktik kerja magang dengan melalui tahap interview 1 dan juga 2 pada Google meet yang diberikan oleh Supervisor, serta memberikan Curriculum Vitae (CV) dan KM-02 (Surat Pengantar Magang) kepada Bapak Ben.
- 2) Proses penerimaan praktik kerja magang di *PT.Hasans Indonesia* dengan menerima pesan lolos seleksi melalui akun whatsapp pada 14 Januari 2025.
- 3) Pada tanggal 17 Januari 2025 resmi bekerja sebagai *Content Creator* di *PT.Hasans Indonesia*.

#### C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang

- 1) Praktik kerja magang dijalankan dengan posisi sebagai *Content Creator* pada Departemen *Marketing*.
- 2) Penugasan dan kebutuhan informasi, didampingi langsung oleh Fawwaz Rafi selaku Pembimbing Lapangan atau mentor Content Creator.
- 3) Pengisian dan penandatanganan form KM-03 sampai KM-07 dilakukan pada saat proses praktik kerja magang berlangsung dan mengajukan lembar penilaian kerja magang (KM-06) kepada Pembimbing Lapangan pada akhir periode magang.

#### D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang

- 1) Pembuatan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Bapak Arsa Widit i arsa selaku Dosen Pembimbing melalui pertemuan Google meet atau diskusi group WA.
- 2) Laporan praktik kerja magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.
- 3) Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui di ajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## BAB II

### GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI

#### 2.1 Tentang PT.Hasans Indonesia

PT.Hasans Indonesia adalah hampir tiga dekade, telah memantapkan dirinya sebagai salah satu pemain terdepan dalam mode dan aksesoris garmen. Akar kami dimulai pada tahun 1982, sebagai produsen resleting, manik-manik kaca, payet, kancing, dan pita ajaib. Karena globalisasi dan untuk tetap kompetitif, perusahaan telah bertransformasi dan berkembang.



*Gambar 2.1 Logo Perusahaan*

*Sumber: Dokumen Perusahaan*

Logo PT Hasans Indonesia menampilkan desain berbentuk lingkaran merah yang melambangkan semangat, energi, dan keberanian dalam menghadapi tantangan industri kreatif. Warna merah juga mencerminkan kekuatan dan daya tarik visual yang kuat, selaras dengan karakter perusahaan yang dinamis. Tipografi “Hasans” ditulis dengan gaya huruf skrip yang lembut namun tegas, memberikan kesan kreatif, personal, dan bersahabat—merepresentasikan kedekatan perusahaan dengan dunia desain dan komunikasi visual. Tagline “made for your creativity” memperkuat pesan bahwa PT Hasans Indonesia berkomitmen untuk mendukung proses kreatif pelanggan melalui produk dan layanan yang inovatif. Secara keseluruhan, logo ini mencerminkan identitas perusahaan yang berorientasi pada kreativitas, fleksibilitas, dan kualitas dalam industri pemasaran dan media sosial.

Sejak saat itu, kami berfokus pada distribusi produk dari Taiwan, Tiongkok, Jepang, dan Malaysia, menyediakan lebih banyak variasi dan harga yang kompetitif bagi konsumen kami. Pada tahun 2015, perusahaan berubah dari PD Sanjaya menjadi PT Sanjaya Garmen Accessories. Dimulai pada tahun 2018, kami telah meningkatkan jangkauan produk kami untuk memenuhi berbagai target audiens. Produk-produk seperti bunga, kertas kado bunga, pot, aksesoris pesta, alat tulis, payung, botol, dan lain-lain.



*Gambar 2.2 Gambar Perusahaan*

*Sumber: Web Perusahaan*

Perusahaan membuka gerai ritel pertamanya pada awal tahun 2022, di Mangga Dua Mall Pasar Pagi dan kami berencana untuk memperluas cabang ritel kami. Dengan keyakinan kuat untuk mengutamakan pelanggan, kami bertujuan untuk bekerja sama dengan masyarakat lokal dalam menyediakan produk bernilai baik dengan harga yang kompetitif.

## **2.2 Visi Misi PT.Hasans Indonesia**

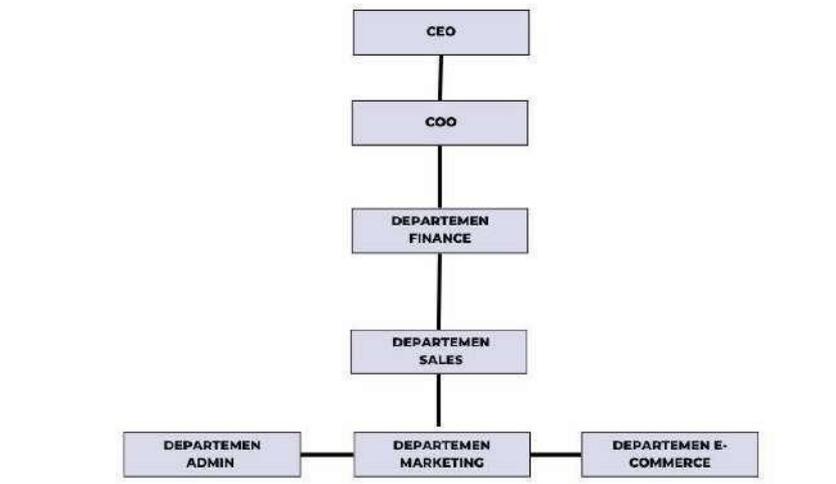
PT.Hasans Indonesia memiliki visi dan misi sebagai berikut:

**Visi Hasans Indonesia:** Kami berkomitmen untuk menyediakan lebih banyak produk berkualitas dengan harga yang kompetitif bagi konsumen, agar mereka bisa mendapatkan apa yang terbaik tanpa harus mengeluarkan biaya besar. Kami percaya bahwa setiap orang berhak untuk merasakan kenyamanan dan kemudahan dengan produk yang kami tawarkan.

**Misi Hasans Indonesia:** Sebagai perusahaan yang berorientasi pada pelanggan, misi kami adalah terus berinovasi dan meningkatkan kualitas produk untuk memenuhi kebutuhan pasar yang dinamis. Kami berfokus pada pengalaman pelanggan yang menyenangkan, serta berusaha agar setiap produk yang kami tawarkan dapat memenuhi ekspektasi dan memberikan nilai lebih bagi konsumen kami.

## **2.3 Struktur Organisasi PT.Hasans Indonesia**

PT.Hasans Indonesia memiliki struktur organisasi yang lumayan lengkap. Karena dapat dilihat dari struktur berbagai divisi yang dimiliki oleh PT.Hasans Indonesia yang terdiri dari CEO,COO,Departemen bagian finance,Departemen bagian Sales. Departemen bagian Admin dan Deprtemen bagian E-commerce.



Gambar 2.3 Struktur Organisasi PT. Hasans Indonesia

Sumber: Olahan Penulis (2025)

Tugas dan juga tanggung jawab dari masing masing divisi antara lain:

#### **A. Chief Executive Officer (CEO)**

CEO PT Hasans Indonesia merupakan sosok pemimpin yang disiplin dan terlibat langsung dalam aktivitas operasional perusahaan. Beliau tidak hanya memimpin dari balik meja, tetapi juga turun langsung ke lapangan untuk mengawasi cara kerja para karyawan. Hal ini memberikan contoh nyata mengenai etos kerja seorang pemimpin, yang sangat menginspirasi penulis selama masa magang.

#### **B. Chief Operating Officer (COO)**

COO PT Hasans Indonesia menjalankan perannya dengan sifat kooperatif, khususnya dalam menjembatani komunikasi antar divisi. Perannya sangat penting dalam menyelesaikan kesalahpahaman internal serta memastikan koordinasi antardepartemen berjalan lancar untuk mendukung kelancaran operasional perusahaan.

#### **C. Departemen Finance**

Departemen ini bertanggung jawab dalam mengelola seluruh aspek keuangan perusahaan, termasuk menyusun anggaran tahunan, menghitung, serta membayar pajak perusahaan. Keakuratan dan ketelitian sangat ditekankan dalam divisi ini untuk menjaga kestabilan keuangan dan memenuhi kewajiban administratif perusahaan.

#### **D. Departemen Sales**

Departemen Sales berfokus pada pengelolaan hubungan baik dengan pelanggan. Sebagai perusahaan ritel, PT Hasans Indonesia memiliki interaksi harian dengan pelanggan, sehingga tim ini berperan penting dalam memberikan layanan terbaik serta memastikan kepuasan pelanggan terjaga.

#### **E. Departemen Marketing**

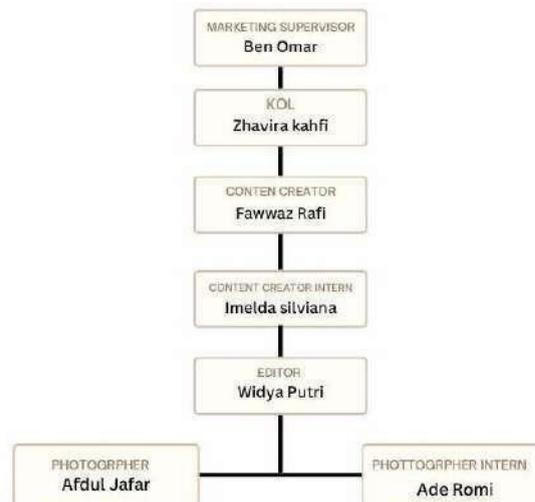
Departemen Marketing merupakan tempat penulis melaksanakan kegiatan magang. Tugas utama departemen ini mencakup penyusunan strategi pemasaran, pengelolaan media sosial, serta produksi konten digital. Dalam praktiknya, penulis berperan sebagai Content Creator, yang bertanggung jawab membuat konten visual yang menarik dan sesuai dengan identitas brand perusahaan.

#### **F. Departemen Administrasi**

Departemen ini menangani pengelolaan data karyawan, termasuk pengajuan cuti, absensi harian, dan administrasi internal lainnya. Departemen Administrasi memiliki peran penting dalam menjaga ketertiban dan pencatatan administratif yang mendukung kelangsungan operasional SDM.

#### **G. Departemen E-Commerce**

Departemen E-Commerce bertugas mengelola produk dan katalog secara daring. Tugas lainnya mencakup kerja sama dengan tim konten untuk memastikan visual produk menarik, serta menganalisis data penjualan untuk meningkatkan performa toko online dan efisiensi strategi penjualan digital.



Gambar 2.4 Struktur Departemen Marketing

Sumber: Olahan penulis (2025)

Departemen Marketing bertanggung jawab terhadap perancangan strategi pemasaran, menyusun strategi iklan digital, mengelola media sosial dan juga bekerja sama dengan influencer atau KOL. Berikut masing-masing *job description* posisi pada Departemen Marketing dan hubungannya dalam proses kerja magang:

#### A. Marketing Supervisor

Berperan sebagai pimpinan utama yang bertanggung jawab secara keseluruhan pada divisi Marketing, memberikan arahan kerja pada anggota divisi dan melakukan pengawasan kinerja anggota selain itu memberikan pelatihan dan juga mengevaluasi kinerja tim marketing.

#### B. KOL

Berperan sebagai influencer marketing dimana berfokus adalah bekerja sama dengan individu yang memiliki pengaruh besar terhadap audiens tertentu. KOL biasanya menghubungi untuk mengajak kerja sama, dan juga melakukan penyusunan strategi konten bersama Content Creator.

#### C. Content Creator

Berperan sebagai pembuat konten yang bertujuan untuk melakukan pemasaran yang bertujuan untuk mempertahankan, dan mengonversi audiens melalui konten yang relevan dan menarik, mengedit konten dan

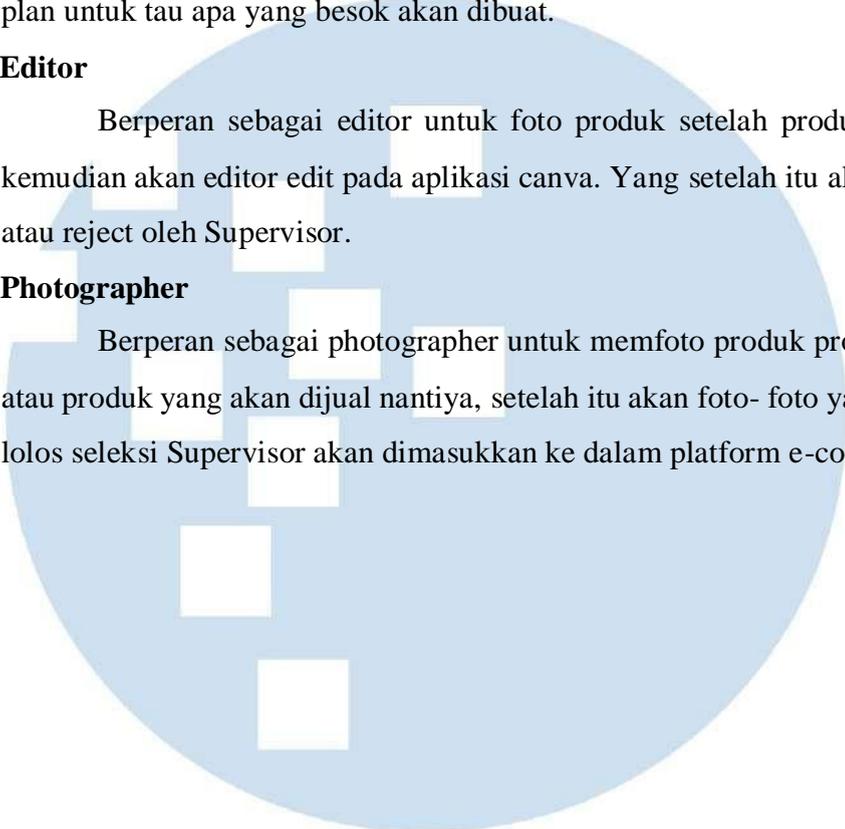
juga memikirkan strategi untuk konten selanjutnya, menjadwalkan content plan untuk tau apa yang besok akan dibuat.

**D. Editor**

Berperan sebagai editor untuk foto produk setelah produk difoto, kemudian akan editor edit pada aplikasi canva. Yang setelah itu akan di acc atau reject oleh Supervisor.

**E. Photographer**

Berperan sebagai photographer untuk memfoto produk baru atau produk yang akan dijual nantiya, setelah itu akan foto- foto yang sudah lolos seleksi Supervisor akan dimasukkan ke dalam platform e-commerce



UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## BAB III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Pelaksanaan kerja magang di PT Hasans Indonesia dilakukan selama 80 hari kerja atau setara dengan 640 jam, dengan penempatan pada Divisi Marketing sebagai Content Creator. Selama masa magang, penulis berada di bawah bimbingan langsung dari Content Creator, Fawwaz Rafi, serta Marketing Supervisor, Ben Omar, yang bertindak sebagai mentor sekaligus pengawas dalam pelaksanaan kegiatan kerja.

Dalam pelaksanaannya, penulis bertanggung jawab atas berbagai aktivitas yang berkaitan dengan pemasaran digital melalui media sosial. Tugas-tugas tersebut mencakup pembuatan video konten, penulisan naskah (script), penyusunan content plan, pengeditan video, pengelolaan postingan Instagram, penulisan caption, hingga bertindak sebagai kameramen. Seluruh aktivitas ini bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness* PT Hasans Indonesia melalui strategi *digital marketing* yang relevan dan kreatif.

Penulis juga turut aktif dalam kegiatan *brainstorming* ide konten, memberikan masukan dalam rapat tim, serta ikut dalam proses pengambilan keputusan agar strategi konten yang dijalankan sejalan dengan visi dan misi perusahaan. Proses kerja diawali dengan diskusi antara pemagang dan mentor untuk menentukan konsep konten yang menarik dan berpotensi menghasilkan engagement tinggi, sesuai dengan target *Key Performance Indicator (KPI)* yang telah ditetapkan. Setelah ide disepakati, penulis diarahkan untuk mengisi content plan harian, kemudian melanjutkan ke tahap eksekusi setelah mendapat persetujuan dari mentor.

Secara umum, kedudukan penulis sebagai pemagang dalam peran Content Creator mencakup tiga proses utama, yaitu penyusunan content plan, produksi konten media sosial, serta penulisan script dan caption. Ketiga proses ini

dilaksanakan secara kolaboratif dengan tim marketing untuk menunjang tujuan komunikasi dan pemasaran perusahaan secara strategis.

### 3.1.2 Tugas, Uraian Kerja Magang

Dalam menjalankan magang ini penulis mendapatkan banyak insight dan juga banyak pengalaman baru, ini dia beberapa hasil eksekusi atau yang penulis kerjakan selama 5 bulan sebagai seorang Content Creator:

Sebagai seorang *Content Creator*, penulis terlibat langsung dan juga terjun langsung dalam pembuatan konten Media Sosial (Instagram, Tik Tok dan juga Youtube), untuk pembuatan konten dilakukan setiap harinya mulai dari Senin sampai Sabtu, pembuatan konten juga dalam sehari akan membuat 2 video dan dilanjutkan dengan proses edit dan tunggu approval bahwa konten ini lulus untuk di upload ke *media sosial*. Dalam tahap ini pembuatan konten tidak mudah, penulis juga seringkali harus berpikir kreatif dengan memutar otak agar mendapat approval dan juga menarik di mata *audience* sehingga dapat menghasilkan *views* dan juga *likes* sesuai target. Penulis juga tidak hanya berfokus pada pembuatan konten tetapi penulis juga bekerja sebagai *talent* dalam video konten, dimana sebagai seorang *talent* yang mungkin orang lain dan juga penulis kira itu mudah ternyata cukup menantang, dikarenakan penulis belum memiliki pengalaman menjadi seorang *talent*. Pekerjaan menjadi seorang *talent* juga tidaklah mudah terlebih lagi penulis harus membuat *script* terlebih dahulu, dilanjutkan mencari referensi konten yang belum tentu *approve* oleh mentor, memahami alur kontennya bagaimana, *set up* kameranya dan juga dapat berbicara di depan kamera dengan baik, pelafalan dan intonasi yang bagus serta *gesture* badan dan juga mimik muka yang juga harus sesuai dengan *script* yang telah di buat. Setelah proses pengambilan konten selesai tahap berikutnya adalah proses editing dimana penulis menggunakan aplikasi *Capcut* dalam proses pengeditan dan dalam proses pengeditan juga penulis harus mendapatkan *approval* dari mentor, apakah editannya sudah sesuai atau belum. Setelah melewati tahap editing penulis akan memposting tepat di jam 12

siang untuk konten yang sudah melewati tahap *approval* dan memposting pada aplikasi Tiktok dan juga Instagram.

#### **A. Admin Media Sosial**

Dalam pelaksanaan magang, penulis juga diberi kesempatan untuk membantu mentor dalam menjalankan peran sebagai **Admin Media Sosial**. Tugas ini meliputi interaksi langsung dengan pengguna melalui kolom komentar maupun pesan pribadi (Direct Message) di akun Instagram resmi PT Hasans Indonesia. Penulis bertanggung jawab menjawab pertanyaan yang sering diajukan oleh pengguna, seperti alamat perusahaan, cara mengikuti giveaway, hingga pertanyaan umum lainnya. Peran ini melatih penulis untuk berkomunikasi secara cepat, tepat, dan ramah kepada audiens.

#### **B. Penyusunan Content Plan**

Penulis juga terlibat dalam proses **penyusunan content plan** sebagai tahap awal sebelum produksi konten dimulai. Proses ini dimulai dengan mencari referensi video yang relevan dari platform seperti TikTok dan Instagram, kemudian dilanjutkan dengan sesi brainstorming bersama mentor. Jika terdapat revisi atau penyesuaian terhadap konsep awal, penulis akan menyesuaikannya sebelum konten disetujui. Konten yang telah di-approve akan dimasukkan ke dalam format Google Sheets yang berisi kolom-kolom seperti tanggal publikasi, tema, platform, dan format konten, sebagai panduan pelaksanaan konten harian.

#### **C. Pembuatan Script dan Kameramen**

Selain itu, penulis juga diberikan tanggung jawab dalam **pembuatan script** untuk konten video serta menjalankan peran sebagai **kameramen**. Proses penulisan script menuntut kreativitas tinggi, karena ide yang dituangkan harus komunikatif dan relevan dengan audiens. Dalam praktiknya, beberapa script yang dibuat perlu melalui revisi karena dinilai belum cukup matang untuk dieksekusi. Script ini juga mencakup penulisan caption untuk unggahan di Instagram maupun TikTok. Sebagai kameramen, penulis memperoleh pengalaman teknis seperti mengatur posisi kamera, penggunaan tripod,

pencahayaan (lighting), hingga menentukan sudut pengambilan gambar (angle) yang baik demi mendukung kualitas konten yang dihasilkan.

### 3.2.1 Tugas Kerja Magang

Tugas utama yang dilakukan oleh seorang *Content Creator* dalam aktivitas kerja magang adalah sebagai berikut:

<b>Brainstorming</b>	<p>Penulis secara rutin melakukan kegiatan <b>brainstorming</b> yang hampir setiap hari dilakukan, karena dalam Divisi Marketing, brainstorming merupakan aktivitas utama yang berperan penting dalam proses kerja tim. Brainstorming sendiri merupakan metode atau teknik pengumpulan ide secara spontan dan kreatif, yang umumnya dilakukan secara berkelompok untuk menyelesaikan masalah, mencari solusi, atau menghasilkan gagasan baru.</p> <p>Dalam konteks pembuatan konten, brainstorming berfungsi untuk menghasilkan ide-ide segar agar terhindar dari konten yang monoton atau berulang. Selain itu, proses ini juga dapat meningkatkan efisiensi waktu, karena dengan adanya banyak ide yang telah dirancang sebelumnya, pelaksanaan produksi konten menjadi lebih cepat, terstruktur, dan terorganisir.</p> <p>Manfaat lainnya adalah meningkatkan relevansi konten dengan target audiens, karena melalui brainstorming, tim dapat lebih memahami preferensi serta kebutuhan audiens dalam menentukan jenis konten yang tepat. Menurut Indrawati (2011), brainstorming merupakan bentuk diskusi untuk mengumpulkan gagasan, pengetahuan, informasi, dan pengalaman dari para peserta guna menghasilkan ide atau solusi yang lebih optimal.</p>
----------------------	--

<p><b>Pembuatan Content</b></p>	<p>Penulis membuat berbagai jenis konten selama masa magang, dengan genre yang beragam seperti konten POV, MK, CTA, Reels, dan Feeds yang diunggah pada media sosial resmi PT Hasans Indonesia. Tujuan dari pembuatan konten-konten tersebut adalah untuk mendukung peningkatan penjualan sekaligus mempertahankan jumlah likes dan views agar sesuai dengan target yang telah ditetapkan oleh perusahaan.</p> <p>Menurut Finy F. Basarah dan Gustina, <b>konten</b> merupakan bentuk informasi yang tersedia pada sebuah laman situs atau informasi yang disampaikan melalui suatu media. Oleh karena itu, konten yang menarik, relevan, dan sesuai dengan karakteristik audiens sangat berperan penting dalam strategi pemasaran digital yang efektif.</p>
<p><b>Content Plan</b></p>	<p>Penulis mendapatkan peran dan juga bertanggung jawab dalam membuat Content plan dimana tanggung jawab ini mencakup pembuatan skema jadwal upload konten, tren yang sedang naik untuk menjadi referensi video agar dapat menarik perhatian audience dan menimbulkan interaksi, menurut <b>Pratiwi(2021)</b> pengertian Content Plan adalah membuat rencana konten sebelum membuat materi dan dilakukan sebulan sekali. Content plan membantu dalam menyusun strategi konten yang terstruktur dan terencana untuk mencapai tujuan bisnis, termasuk mengidentifikasi target audiens, menentukan jenis konten, dan menyusun jadwal publikasi.</p>

Tabel 3.1 Tugas Utama Content Creator

Sumber: Olahan penulis (2025)

Saat berlangsungnya proses kerja magang ini, penulis banyak mendapatkan insight baru dan jadi tahu bagaimana ketika menghadapi lingkungan kerja yang sebenarnya. Dalam pelaksanaan magang ini penulis juga jadi paham bahwa pekerjaan yang dianggap mudah tadinya hanya sebagai *Content Creator* ternyata tidaklah semudah itu. Dalam proses kerja ini penulis di tuntut untuk banyak melakukan komunikasi dan juga di tuntut untuk menjadi kreatif dalam berbagai hal. Penulis juga jadi nbanyak mengerti bagaimana cara mengatur kamera dengan baik, caranya membuat thumbnail untuk postingan pada feeds Instagram dan jadi tahu bagaimana cara untuk membuat script dengan baik dan juga menarik.

### **3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang**

Tugas utama yang dilakukan oleh seorang *Content Creator* dalam aktivitas kerja magang yang bertujuan untuk mendukung pemasaran dan juga strategi yang dilakukan untuk pemasaran pada *PT.Hasans Indonesia* adalah sebagai berikut:

#### **A. Brainstorming**

Penulis ditempatkan sebagai *Content Creator*, di mana dalam aktivitas hariannya penulis selalu berhadapan dengan proses brainstorming. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk mendorong pertukaran ide dan gagasan secara terbuka dengan anggota tim lainnya, menghindari sikap memaksakan pendapat, serta mendorong setiap individu untuk berpikir kreatif dalam menyampaikan gagasan masing-masing.

Kolaborasi tim menjadi aspek yang sangat penting dalam proses pengembangan ide konten. Penulis dituntut untuk berpikir terbuka dan kreatif, serta mampu menerima masukan dari anggota tim lainnya demi terciptanya perencanaan yang matang dan efektif. Menurut Anggraeni & Saragih (2019), kerja sama tim adalah sekelompok orang yang memiliki kemampuan untuk menyelesaikan pekerjaan secara bersama-sama, dengan mengarahkan setiap potensi yang dimiliki demi mencapai hasil yang lebih baik.

Di PT Hasans Indonesia, brainstorming dilaksanakan dalam suasana santai namun tetap fokus pada tujuan. Kegiatan ini dilakukan untuk menggali insight dari hasil riset maupun performa konten sebelumnya, dan menghasilkan ide-ide

yang segar serta relevan dengan tren digital terkini. Brainstorming tidak hanya sekadar diskusi, melainkan merupakan metode strategis yang bertujuan mendorong lahirnya ide-ide inovatif dan kreatif. Kegiatan ini rutin dilakukan minimal satu kali dalam seminggu, dan melibatkan berbagai elemen tim, seperti tim kreatif, digital marketing, desain grafis, serta manajemen konten. Setiap sesi berlangsung dalam suasana yang terbuka, inklusif, dan bebas kritik, sehingga setiap anggota merasa nyaman untuk menyampaikan ide apapun—baik yang sederhana, unik, maupun belum sepenuhnya sempurna.

Biasanya, sesi brainstorming diawali dengan pembahasan mengenai tren terbaru di media sosial, insight dari performa konten sebelumnya, serta agenda atau kampanye yang akan datang, seperti Hari Raya, promosi khusus, atau peluncuran produk baru. Dalam sesi ini, penulis dan tim juga menerapkan teknik **6-3-5 brainwriting**, yaitu metode di mana setiap anggota menuliskan tiga ide dalam lima menit, lalu meneruskannya ke anggota lain untuk dikembangkan. Pendekatan ini terbukti efektif dalam merangsang kreativitas secara cepat, tidak monoton, serta menciptakan rasa adil dan setara antar anggota tim. Menurut Moriarty, Mitchell, & Wells (2012), brainstorming merupakan metode yang memanfaatkan teknik kreativitas untuk mencari solusi dari suatu masalah dengan mengumpulkan gagasan secara spontan dari anggota kelompok.

Dari seluruh pengalaman yang diperoleh, penulis menyadari bahwa strategi brainstorming bukan sekadar alat bantu dalam proses kreatif, melainkan merupakan kunci utama dalam membangun sinergi tim serta meningkatkan efektivitas kerja. Brainstorming memungkinkan ide-ide tidak hanya berasal dari satu individu, tetapi menjadi hasil kolaborasi yang mencerminkan beragam perspektif dalam tim. Penulis juga belajar bahwa keterbukaan dalam menerima dan mengembangkan ide orang lain merupakan bagian penting dalam dunia kerja kreatif. Selain meningkatkan kemampuan berpikir kritis dan kreatif, keterlibatan aktif dalam sesi brainstorming selama magang juga membentuk karakter penulis menjadi lebih percaya diri dalam menyampaikan ide, berpikir

cepat, serta menyesuaikan konsep konten dengan kebutuhan dan karakteristik audiens. Bahkan, keterampilan berbicara di depan kamera juga turut diasah dalam proses ini. Dengan demikian, pelaksanaan magang sebagai Content Creator di PT Hasans Indonesia telah memberikan pengalaman praktis yang sangat berharga, khususnya dalam memahami pentingnya strategi brainstorming dalam menciptakan konten digital yang efektif, menarik, dan berdampak.

Dari seluruh pengalaman dan pembelajaran yang di dapatkan, penulis menyadari bahwa strategi *brainstorming* bukan hanya sekadar alat bantu dalam proses kreatif, tetapi juga menjadi kunci utama dalam membangun sinergi tim dan memperkuat efektivitas kerja. Dengan *brainstorming*, ide tidak hanya datang dari satu orang, melainkan menjadi hasil kolaboratif yang mencerminkan sudut pandang beragam dalam tim. Penulis juga belajar bahwa keterbukaan dalam menerima dan mengembangkan ide orang lain adalah bagian penting dalam dunia kerja kreatif. Selain meningkatkan kemampuan berpikir kritis dan kreatif, keterlibatan aktif dalam proses *brainstorming* selama magang juga membentuk karakter Penulis untuk lebih percaya diri dalam menyampaikan ide, belajar berpikir cepat, dan mampu menyesuaikan konsep dengan kebutuhan serta karakteristik target audiens dan berbicara di depan kamera. Dengan demikian, pelaksanaan magang sebagai *Content Creator di PT. Hasans Indonesia* telah memberikan banyak pengalaman praktis yang sangat berharga, khususnya dalam memahami peran penting strategi *brainstorming* dalam mendukung proses pembuatan konten digital yang efektif, menarik, dan berdampak.

## **B. Pembuatan Konten**

Selama menjalani program magang sebagai Content Creator di PT. Hasans Indonesia, Penulis bertanggung jawab dalam proses perencanaan, produksi, hingga publikasi konten digital yang bertujuan untuk memperkuat branding serta meningkatkan keterlibatan audiens di berbagai platform digital perusahaan, seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Menurut **Finy.F**

**Basarah dan Gustina** definisi konten adalah bentuk informasi yang tersedia pada sebuah laman di sebuah situs atau informasi yang telah ada melalui suatu media.

Pembuatan konten sendiri bisa memakan banyak waktu dalam prosesnya. Ini di tahap- tahap pembuatan konten yang Penulis jalankan setiap harinya pada saat magang:

- Pelaksanaan tugas Penulis dimulai dengan proses brainstorming ide konten, yang biasanya dilakukan bersama tim konten. Proses brainstorming ini sangat krusial, karena menjadi pondasi awal dalam merancang konten yang tidak hanya kreatif, tetapi juga strategis. Penulis dan tim menggunakan pendekatan content pillar yang terdiri dari tiga kategori utama, yaitu edukatif contohnya seperti DIY telur paskah,DIY kaleng dijadikan tempat kotak pensil yang penulis pernah buat, promosional contohnya seperti CTA, Shopee big sale promo atau diskon , dan hiburan (konten lucu, POV, MK dan dialog lucu dan tren TikTok).
- Tahap kedua setelah proses *brainstorming* menghasilkan ide tahap berikutnya eksekusi konten dimana Penulis terlibat langsung dalam proses pembuatan skrip konten, termasuk menyesuaikan tone of voice, gaya bahasa, serta pesan utama yang ingin disampaikan. Bagi penulis karena penulis belum pernah memiliki pengalaman sebagai talent bagi penulis meejadi talent tidaklah mudah karena harus berbicara di depan kamera dengan percaya diri, dan banyak berlatih agar pesan yng disampaikan bisa tersampaikan dengan baik.

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

Berikut penulis sertakan beberapa bukti penulis bekerja sebagai talent:



Gambar 3.1 Penulis menjadi talent

Sumber: Olahan penulis (2025)

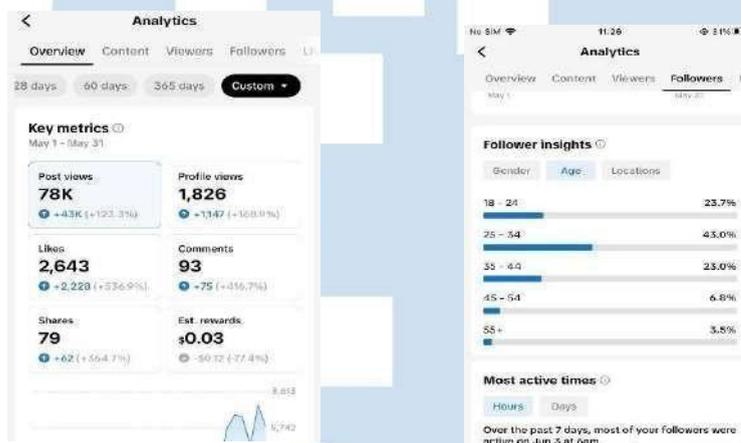
- Tahap ketiga adalah produksi konten, baik berupa foto, video pendek, maupun reels. Penulis mendapatkan pengalaman bagaimana cara mengoperasikan kamera, mengatur properti, serta melakukan pengambilan gambar. Dalam pembuatan video, Penulis menggunakan tools seperti CapCut untuk editing, menambahkan transisi, subtitle, dan elemen visual yang menarik dan dalam pembuatan Thumbnail video penulis mengedit pada canva. Berikut penulis sertakan beberapa bukti hasil sebagai kameramen dan juga beberapa hasil editan penulis:



Gambar 3.2 Hasil editan penulis

Sumber: Olahan penulis (2025)

-Tahap keempat yang penulis lakukan adalah tidak kalah pentingnya yaitu penulis meendapatkan pembelajaran mengenai cara melakukan riset tren digital setiap bulannya , khususnya di TikTok dan Instagram, guna memastikan bahwa konten yang dibuat tetap relevan dengan tren yang sedang naik daun. Hal ini menjadi bagian dari strategi konten real-time marketing, di mana topik hangat dan juga hal hal yang menjadi tren dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan jangkauan (reach) dan interaksi (engagement). Penulis seertkan bukti hasil dari riset tren pada Instagram PT.Hasans Indonesia ketika melakukan giveaway:



Gambar 3.3 Hasil Riset tren

Sumber: Olahan penulis (2025)

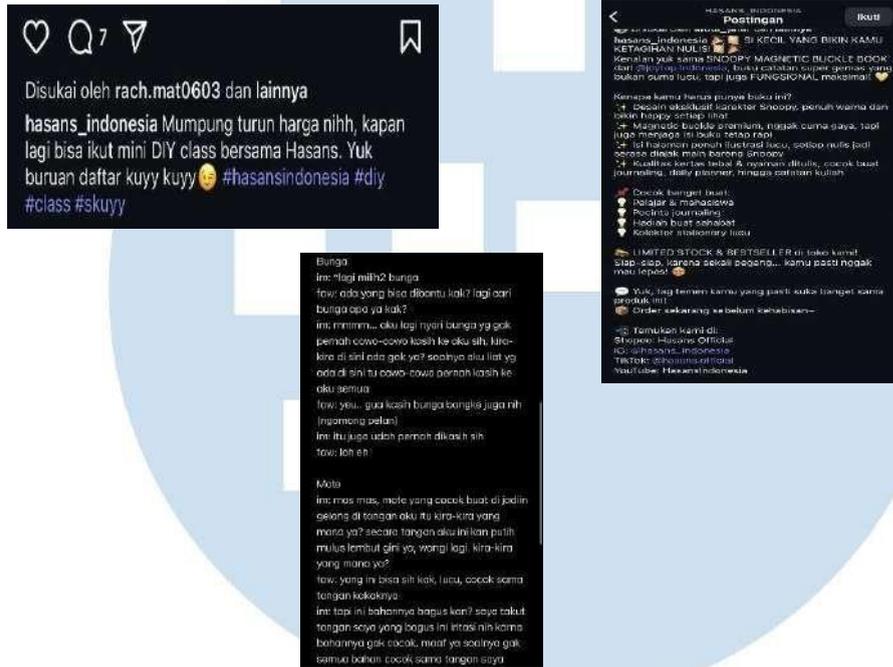
### C. Content Planning

Selama menjalani program magang sebagai *Content Creator*, penulis turut ikut secara langsung dalam tahap pembuatan Content plan, menurut **Pratiwi(2021)** pengertian Content Plan adalah membuat rencana konten sebelum membuat materi. Content planning merupakan tahapan krusial dalam proses kerja seorang content creator karena di sinilah semua ide dikembangkan, dijadwalkan, dan disesuaikan dengan kebutuhan serta target audiens perusahaan. Dalam proses ini Penulis belajar betapa pentingnya menentukan frekuensi dari sebuah konten, menyesuaikan format konten dengan sifat -sifat setiap platform dan juga audience, dan memastikan bahwa setiap konten memiliki tujuan komunikasi yang jelas dan terukur. Penulis menggunakan tools seperti Google Sheets untuk mengatur content plan.

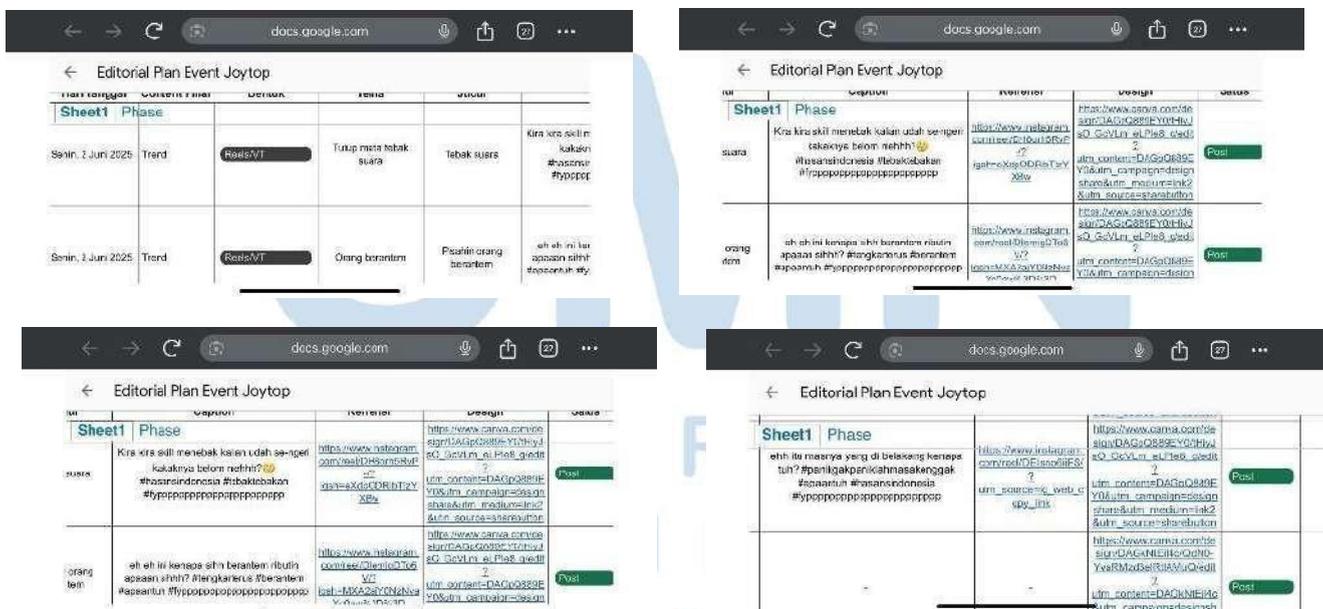
. Berikut penulis lampirkan bukti hasil kerja penulis:

Gambar 3.4 Caption dan script buatan penulis

Sumber: Olahan penulis (2025)



Berikut juga Penulis lampirkan bukti Content plan hasil kerja selama magang:



Gambar 3.4 Content plan buatan penulis

Sumber: Olahan penulis (2025)

Bukti dalam pembuatan Content plan yang penulis lampirkan adalah mengenai Event yang akan diadakan oleh PT.Hasans Indonesia dimana event ini penulis yang merancang beberapa bagian diantaranya adalah design feeds untuk Instagram, konten CTA, dan juga untuk editing penulis banyak menyalurkan ide dan di dampingi oleh mentor, event yang di selenggarakan ini bertemakan back to school dimana event ini berlangsung pada bulan Juni-Juli 2025. Penulis juga berkolaborasi dengan KOL dalam menjalankan event ini karena di perlukannya kerja sama tim dan juga kolaborasi sesama tim demi suksesnya event ini. Pengalaman pertama penulis sebagai peran utama dalam mengatur Content plan untuk sebuah event memberikan pengalaman pertama yang luar biasa karena penulis jadi paham mengenai bagaimana cara mengatur strategi agar event dapat menarik banyak audience untuk join, bagaimana mendesign sebuah flyer yang akan dibagikan ke anak-anak sekolah sebagai target utama dalam terlaksananya event ini. Dan penulis juga mendapatkan pengalaman langsung dan terjun langsung untuk meghandle event melalui strategi komunikasi digital.

#### **D. Admin Media Sosial**

Penulis juga berperan sebagai Admin media sosial PT.Hasans Indonesia khususnya pada Tiktok dan juga Instagram, tujuan utamanya agar dapat berinteraksi secara langsung dengan audience, misalnya ada yang komen pada postingan Instagram atau ada yang bertanya melalui Direct Message/DM. Penulis juga di berikan kepercayaan untuk membalas komen dan juga mengupload postingan feeds pada Instagram story Hasans. Penulis bertanggung jawab dalam meenjawab dan juga merespon segala pertanyaan dan berbagai bentuk interaksi yang ada. Dan dalam meembalas pesan yang di tanyakan pun penulis juga tidak asal menjawab tetapi penulis juga melakukan diskusi dengan mentor penulis agar tidak ada kesalahan dalam menjawab.

Berikut penulis lampirkan bukti kerja sebagai Admin media sosial PT.Hasans Indonesia:



Gambar 3.5 Komen balasan penulis

Sumber: Olahan penulis (2025)

### 3.2.3 Timeline Pengerjaan saat Magang

	Februari				Maret				April				Mei				Juni			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
<b>Content Planning</b>	[Orange]																			
<b>Scheduling video</b>	[Grey]																			
<b>Take Video Content</b>	[Blue]																			
<b>Script Writing</b>	[Green]																			
<b>Caption Content</b>	[Yellow]																			
<b>Editing Video</b>	[Purple]																			
<b>Uploading Video</b>	[Brown]																			

Gambar 3.6 Timeline penulis

Sumber: Olahan penulis (2025)

Peran penulis sebagai *Content Creator* pada *PT.Hasans Indonesia* merupakan bagian yang cukup penting untuk keberlangsungan pada bagian pemasaran dan juga media sosial karena segala pekerjaan dalam menjadi Content Creator dapat di kerjakan semua, misalnya riset konten, pengelolaan jadwal posting pada media sosial, pengeksekusian konten hingga tahap editing konten. Timeline pengerjaan magang ini berjalan dari Januari-Juni dimana pembuatan konten setiap hari di buat dan perhari pembuatan konten berjumlah 2 video dan 1 postingan feeds pada Instagram dan scheduling pada akun Youtube. Tujuan dari pembuatan konten pada sosial media *PT.Hasans Indonesia* adalah untuk meningkatkan *brand awareness* dan juga *engagement* pada produk yang di jual oleh *PT.Hasans Indonesia*. Penulis juga berperan aktif dalam mengelola sosial media *PT.Hasans Indonesia* seperti membalas DM pada Instagram , membalas komentar pada akun Tiktok *PT.Hasans Indonesia*.

Kegiatan magang ini memberikan insight dan juga pengalaman baru sekaligus pertama bagi penulis karena pengalaman ini adalah pengalaman pertama yang tidak akan penulis lupakan, karena dari awal proses menjadi seorang Content Creator yang menurut penulis awalnya mudah ternyata tidaklah semudah itu. Penulis dalam melakukan peran sebagai Content Creator mengimplementasikan matakuliah yang sudah di dapatkan selama kuliah pada peran sebagai Content Creator ini, mulai dari bagaimana menyusun strategi untuk dapat mempertahankan like dan juga views agar tetap konsisten, bagaimana cara agar dapat berbicara dan menyampaikan pesan dengan baik dan juga benar agar audience dapat memahami pesan yang di sampaikan. Selain itu hal baru yang penulis dapatkan juga adalah pembelajaran problem solving dan time management, dimana hal ini merupakan hal yang cukup challaenging.

#### **3.2.4 Kendala Utama**

Beberapa kendala yang di hadapi saat menjalani proses magang ini sebagai seorang Content Creator di *PT.Hasans Indonesia* yang cukup menghambat dalam proses pekerjaan ini berlangsung diantaranya:

### **A. Sulitnya Mencari Referensi Konten yang Sesuai**

Sebagai seorang Content Creator penulis mengalami kejenuhan dalam proses pembuatan konten, salah satunya adalah kekurangan referensi yang sesuai dengan apa yang di minta oleh mentor penulis, referensi konten biasanya harus melewati tahap approval yang di lakukan oleh mentor penulis, beberapa referensi konten yang penulis cari adalah melalui platform Tik tok tau reels pada Instagram kedua media sosial ini adalah tempat penulis menemukan dan juga mengeksplor konten yang akan di buat. Penulis masih harus merombak lagi dalam mencari referensi konten yang akan di buat di karenakan keinginan ekspetasi yang tinggi dari mentor penulis yang membuat penulis harus banyak melakukan pengulangan untuk membuat konten sesuai apa yang menjadi standard mentor penulis.

### **B. Keterbatasan Talent dalam proses magang ini**

Sebagai seorang *Content Creator* penulis juga mengalami keterhambatnya banyak referensi video konten yang bagus yang akhirnya tidak dibuat karena kekurangan talent dalam produksi konten, hal ini menjadi suatu hal yang di anggap serius mengapa? Karena banyaknya peluang dan juga kesempatan yang terlewat dalam pembuatan video yang seharusnya akan meraih banyak likes dan juga views hanya karena berkurang nya talent, hal ini juga merupakan penghambat yang menyebabkan like dan juga views terkadang tidak konsisten. Dengan tidak adanya talent yang lebih membuat penulis harus banyak memutr otak untuk menyeimbangkan agar konten tetap naik dan stabil walaupun kekurangan talent.

### **C. Keterbatasan Properti dalam Pembuatan Konten**

Dalam bekerja di bidang Sosial Media kita tau seberapa berdampaknya dan seberapa besar pengaruhnya dalam menghasilkan video yang bagus dan juga menarik untuk di tonton. Keterbatasan properti dalam pembuatan video ini adalah masalah utama yang di hadapi penulis karena pada tahap ini penulis harus menghasilkan video yang bagus dengan properti seadanya, contohnya adalah kurang tersupportnya hp untuk pembuatan konten, seberapa bagus hp akan menentukan hasil jadi videonya.

#### **D. Keterbatasan Waktu yang Singkat**

Dalam produksi konten waktu adalah hal yang berharga dimana dalam pembuatan konten penulis harus banyak bermain dengan waktu di tambah dengan permintaan dari mentor yang mengharuskan membuat 2-4 video perhari jika mendapat approval semua, dalam pembuatan 1 video saja bisa memakan 1-2 jam dan itu belum termasuk ketahap editing, hal ini membuat proses terhambatnya pengupload an video, penulis juga sering untuk mengedit di luar jam kerja karena keterbatasan waktu saat jam kerja di tambah saat berada di jam kerja penulis juga mengerjakan banyak hal lain.

#### **3.2.5 Solusi**

Untuk mengatasi berbagai kendala di atas, penulis menerapkan beberapa solusi agar hal yang menjadi penghambat bisa terselesaikan, penulis mengambil tindakan untuk mendapatkan solusi diantaranya:

##### **A. Membuat Konten yang Lebih Sederhana**

Solusi yang sekaligus menjadi jalan tengah dari kendala yang di hadapi adalah dengan merombak konten agar lebih sederhana, cara ini adalah hal yang membuat berhasil sampai sekarang selama penulis bekerja sebagai Content Creator, contohnya dengan pembuatan video dubbing atau lypsinc dengan melakukan kedua hal tersebut penulis menghemat waktu, menghemat waktu untuk mengedit dan juga tidak perlu memikirkan pembuatan script. Cara ini menjawab kendala mengenai pembuatan konten.

##### **B. Menambahkan Talent**

Solusi yang sekaligus menjadi jalan tengah dari kendala yang di hadapi adalah menambahkan talent, cara ini adalah hal yang menjadi solusi terhadap kurangnya talent yang menjadi kendala, dalam kasus yang terjadi ketika penulis sudah menemukan video referensi konten yang bagus atau yang penulis sudah buat biasanya kendala nya adalah kekurangan orang, dimana solusi yang di dapat adalah menambahkan talent dari divisi lain sebagai tamu atau tambahan talent agar

produksi konten dapat berjalan dengan lancar dan juga menghasilkan konten yang menarik bagi audience.

### **C. Menggunakan Smartphone Pribadi**

Solusi yang sekaligus menjadi jalan tengah dari kendala yang di hadapi adalah menggunakan smartphone pribadi milik penulis, supaya video hasil konten itu bagus dan tidak pecah resolusinya dan agar tetap jernih penulis menggunakan smartphone pribadi milik penulis dikarenakan menghasilkan hasil jadi yang lebih jernih dan juga bagus, jika penulis tidak mengganti dan tetap menggunakan properti yang di sediakan kantor, hasil dari videonya sudah di pastikan tidak enak untuk dilihat audience.

### **D. Mengerjakannya di Luar Jam Kantor**

Solusi yang sekaligus menjadi jalan tengah dari kendala yang di hadapi adalah penulis menemukan solusi yang menjawab agar waktu jam kerja yang singkat menjadi lebih efisien dengan tetap menghasilkan 1-3 video konten, yaitu dengan mengerjakannya di luar jam kerja supaya tetap bisa terhandle, penulis berusaha sebaik mungkin untuk tetap bekerja di luar jam kerja dengan mengedit video hasil jadi konten, hal ini dianggap seharusnya tidak di perkenankan tetapi solusi ini menjadi jawaban atas kendala pengerjaan jam pembuatan video.

### **E. Hubungan dengan Mata Kuliah yang di Ambil dengan Peran Magang Sebagai Content Creator:**

#### **- Public Speaking:**

Mata kuliah Public Speaking adalah matakuliah yang pernah penulis ambil sewaktu semester 4, dimana pembelajaran yang penulis dapatkan saat mata kuliah ini berdampak untuk peran *Content Creator* selama penulis magang ini. Hal- hal yang penulis dapatkan dari mata kuliah Public Speaking seperti bagaimana cara membentuk atau menyusun sebuah Script, bagaimana postur tubuh yang seharusnya saat berbicara di depan kamera, bagaimana intonasi dan juga pelafalan kalimat juga penting saat berbicara. Hal ini penulis implementasikan dalam kegiatan magang ini sebagai seorang Talent dalam produksi konten.

### **-Social Media&Mobile Marketing Strategy:**

Mata kuliah Social Media&Mobile Marketing Strategy adalah matakuliah yang pernah penulis ambil sewaktu semester 3, dimana pembelajaran yang penulis dapatkan saat mata kuliah ini berdampak untuk peran *Content Creator* selama penulis magang ini. Hal-hal yang penulis dapatkan dari mata kuliah Social Media&Marketing Strategy seperti bagaimana cara menentukan konten yang akan dibuat, bagaimana cara membaca KPI pada Instagram, penggunaan tools, dan jadwal publikasi konten, serta bagaimana cara untuk membuat audience tertarik melihat konten kita dan pembuatan Content Plan.

### **-Visual&Photography Communication**

Mata kuliah Visual&Photography Communication adalah matakuliah yang pernah penulis ambil sewaktu semester 5, dimana pembelajaran yang penulis dapatkan saat mata kuliah ini berdampak untuk peran *Content Creator* selama penulis magang ini. Hal-hal yang penulis dapatkan bagaimana cara mengoperasikan kamera, bagaimana cara pengambilan angle yang bagus dan cara mengedit videoo dengan tools CapCut dan juga membuat feeds pada canva untuk postingan pada Instagram.



## BAB IV

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 4.1 Simpulan

Setelah melaksanakan proses magang selama 5 bulan dimulai pada Januari-Juni kesimpulan dan pembelajaran yang di dapat adalah penulis mendapatkan pengalaman pertama yang sangat berharga dan juga sangat berarti dimana penulis sangat bersyukur terhadap pengalaman magang ini dikarenakan penulis di tempatkan di lingkungan kerja yang sangat kondusif, selalu berkomunikasi dengan baik, dan selalu mensupport pekerjaa satu dengan lainnya. Tidak kalah penting juga penulis mendapatkan tim-tim yang sangat membantu dalam berjalannya magang ini, ada beberapa hal yang menjadi pembelajaran yang penulis dapat terapkan untuk dunia kerja kedepannya yaitu:

##### 1. Gambaran akan Dunia Kerja Sebagai Content Creator Sesungguhnya

Magang ini merupakan pengalaman pertama bagi penulis, penulis sebelumnya belum memiliki pengalaman dan juga gambaran apapun untuk urusan pekerjaan apapun, kesimpulan yang di dapatkan adalah sebagai seorang *Content Creator* penulis memahami bahwa bekerja dalam bidang ini penulis memerlukan banyak skill yang harus dikuasai misalnya pembuatan Content Plan yang tidaklah mudah karena dalam pembuatan Content Plan ternyata memerlukan banyak strategi yang dibutuhkan dan perencanaan yang matang, mendapatkan approval dari mentor pun bagi penulis tidaklah mudah karena untuk memenuhi target tidaklah mudah, penulis harus memutar otak agar dapat berjalan dengan benar dengan hasil yang memuaskan, menjadi seorang talent juga tidaklah mudah dimana ini juga merupakan pengalaman baru bagi penulis, yng dimana awalnya penulis sangatlah kaku dalam berekspresi dan pelafalan intonasi yang sangat tidak baik seiring berjalannya magang ini penulis di beritahu cara agar dapat menjadi talent yang baik. Tidak hanya itu penulis juga belajar bagaimana cara mengedit video dengan baik, sebelumnya penulis memang sudah terbiasa dalam mengedit video tetapi ketika penulis teerjun langsung kedalam dunia kerja ini penulis menyadari bahwa ketika

mengedit video yang biasa penulis lakukan tidaklah bagus dan kurang jika di implementasikan ke bidang ini, penulis juga mendapatkan kesempatan dalam mengoperasikan kamera dan bagaimana cara menghasilkan foto dan juga video yang bagus dan merupakan standar perusahaan. Peran matakuliah yang sudah penulis ambil sebelumnya sangat membantu dan juga menjadi pondasi awal berkembangnya proses magang penulis.

## **2. Peningkatan Hasil yang Stabil untuk Engagement pada Media Sosial**

Dalam berlangsungnya magang ini, pengalaman dan juga pembelajaran yang penulis dapatkan adalah kerja sama dalam tim yang sangat supportif. Penulis sangat bersyukur mendapatkan tim yang sangat membantu penulis dalam berjalannya magang ini karena menurut penulis salah satu pendukung dalam magang bagaimana lingkungan kerja itu terbentuk, komunikasi dalam tim tidaklah mudah karena ketika bekerja dalam tim kita bertemu dengan beberapa orang dengan pemikiran yang tentu saja berbeda. Dalam magang ini minim sekali terjadinya misscomm, semua terbentuk karena dalam tim penulis semua menyalurkan ide dan juga menghargai pendapat satu dengan lainnya. Sehingga hasil yang diperoleh untuk engagement pada media sosial berjalan dengan stabil dikarenakan kerja sama tim yang kompak.

## **3. Peningkatan peran Marketing sebagai *Content Creator***

Tanggung jawab penulis dalam berperan sebagai seorang Content Creator memiliki tidaklah mudah, dimana dalam peran ini penulis harus memastikan bahwa konten yang dibuatnya dapat menghasilkan views dan juga likes yang banyak, bagaimana caranya harus memutar otak agar konten yang dihasilkan juga menarik dan tidak membosankan. Penulis juga harus berusaha untuk menyelaraskan ide dengan audience agar tetap stabil, kesimpulannya adalah peran Content Creator dalam strategi pemasaran sangat penting untuk membangun brand awareness dan juga meningkatkan engagement.

### **4.2 Saran**

Setelah melaksanakan proses magang selama 5 bulan dimulai pada Januari-Juni kesimpulan dan pembelajaran yang di dapat adalah penulis mendapatkan pengalaman pertama yang sangat berharga dan juga sangat berarti dimana penulis

sangat bersyukur terhadap pengalaman magang ini dikarenakan penulis di

tempatkan di lingkungan kerja yang sangat kondusif, selalu berkomunikasi dengan baik, dan selalu mensupport pekerja satu dengan lainnya. Tidak kalah penting juga penulis mendapatkan tim-tim yang sangat membantu dalam berjalannya magang ini, ada beberapa hal yang menjadi saran yang penulis harap dapat di terapkan untuk dunia kerja kedepannya yaitu:

#### **4.2.1 Saran untuk Perusahaan**

Saran untuk perusahaan kedepannya adalah memberikan **pelatihan untuk anggota baru baik itu Intern atau tetap**, menurut penulis sejak dari pertama penulis masuk hingga penulis menyelesaikan magang nya pelatihan untuk Intern baru sangat di perlukan, mengapa? Karena tidak semua perusahaan itu sadar akan hal itu kebanyakan dari perusahaan tidak memberikan masa training untuk anggota baru, pertama kali penulis melaksanakan magang nya penulis hanya mndapatkan pengenalan divisi saja dan langsung bekerja sebagai *Content Creator* dimana hal ini sangatlah baru bagi penulis yang belum pernah mendapatkan pengalaman bekerja , kedua adalah **penyediaan properti yang seharusnya layak atau tersupport**, salah satu penghambat sebagai *Content Creator* dalam perusahaan ini adalah kurangnya fasilitas konten contohnya hp yang tidak tersupport sehingga berdampak pada hasil dari video konten yang di hasilkan, diharapkan kedepannya untuk perusahaan lebih memperhatikan agar berjalannya peran ini dapat maksimal.

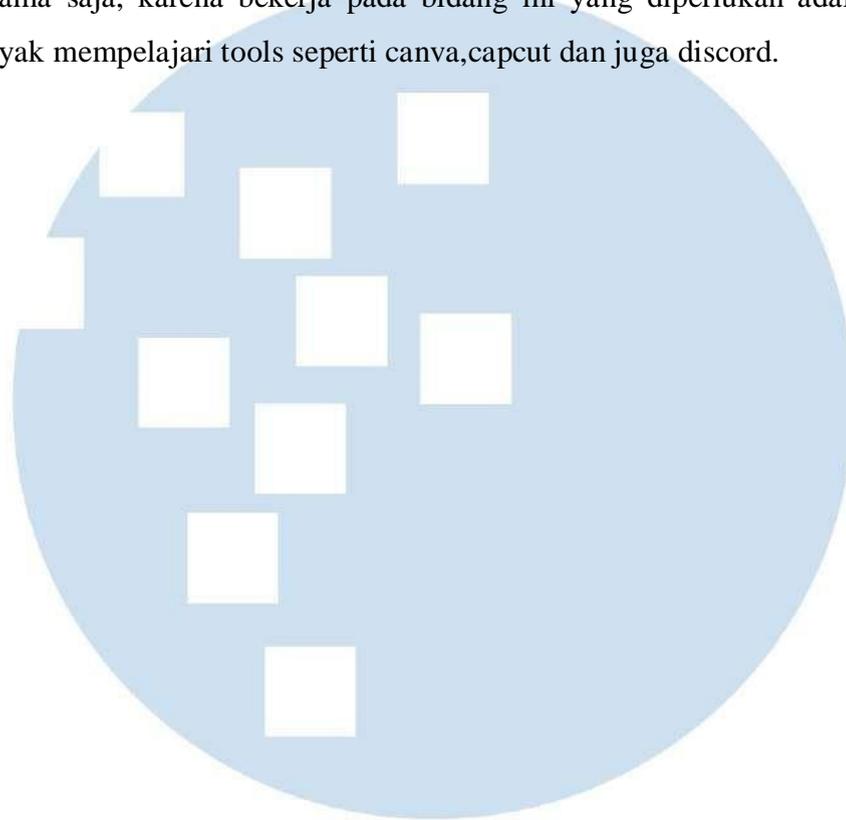
#### **4.2.2 Saran untuk Universitas**

Saran untuk universitas kedepannya lebih berfokus pada skills daripada teori, karena menurut penulis ketika kita sudah memahami tentang teori jika kita tidak diberikan pengetahuan tentang skill yang penting untuk dimiliki itu akan menjadi sia-sia ketika berada di dunia kerja, di harapkan jangan berputar di teori- teori saja karena perbedaan saat masuk dunia kerja dan juga kuliah saat mengeksekusi suatu pekerjaan sangatlah berbeda. Jadi diharapkan universitas dapat memberikan pemahaman untuk skill seperti penggunaan tools seperti canva,capcut dan juga discord.

#### **4.2.3 Saran untuk Mahasiswa lain yang ingin magang**

Saran untuk mahasiswa yang akan menjalani magang kedepannya terutama yang akan mengambil peran sebagai seorang *Content Creator* sebaiknya lebih

tekankan pada skill, teori memanglah penting tetapi jika skill yang dikuasai kurang akan sama saja, karena bekerja pada bidang ini yang diperlukan adalah skills, perbanyak mempelajari tools seperti canva,capcut dan juga discord.



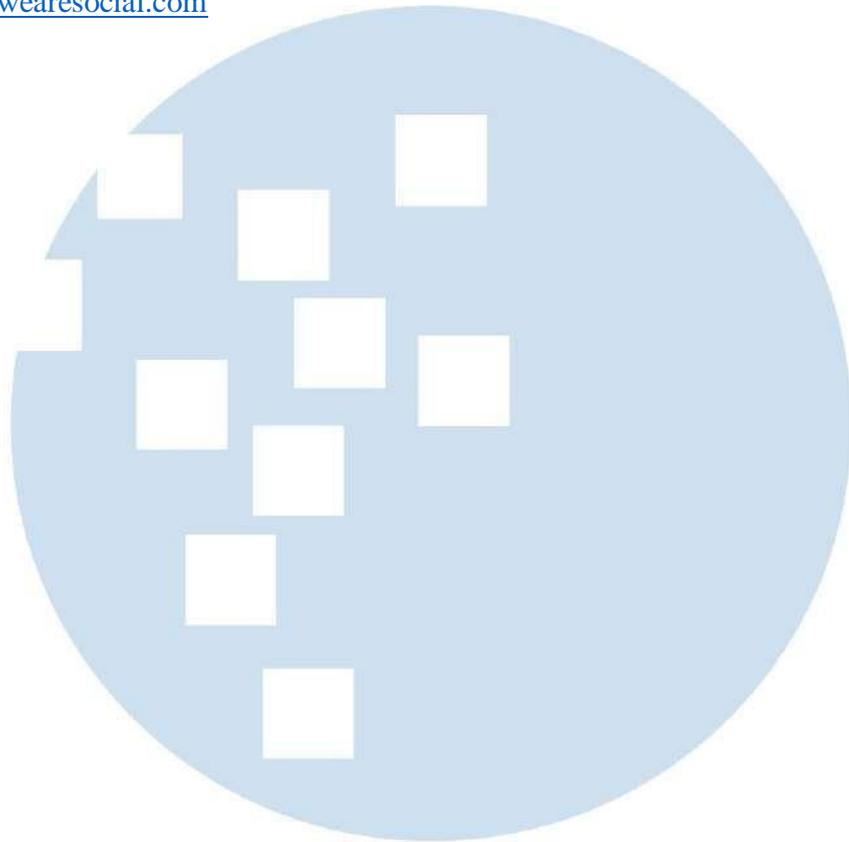
# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR PUSTAKA

- DataReportal. (2024). Digital 2024: Indonesia. We Are Social & Meltwater. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Google, Temasek, Bain & Company. (2022). e-Conomy SEA 2022: Through the waves, towards a sea of opportunity. <https://economysea.withgoogle.com>
- Hootsuite. (2023). The Global State of Digital 2023. <https://hootsuite.com/resources/digital-trends>
- Statista. (2024). Digital Advertising Report: Indonesia. <https://www.statista.com/outlook/dmo/digital-advertising/indonesia>
- Technavio. (2024). Global Content Marketing Market 2024–2029. <https://www.technavio.com/report/content-marketing-market-industry-analysis>
- Hafizi, M. (2024). The Effect of Social Media Marketing on MSMEs Sales in Indonesia. *Journal of Digital Business & Innovation*, 3(1), 45–56. <https://doi.org/10.1234/jdbi.v3i1.4567>
- Kominfo RI. (2023). Survei Penetrasi TIK dan Perilaku Digital Nasional 2023. Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. <https://kominfo.go.id>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2024). Laporan Survei Internet Indonesia 2024. <https://apjii.or.id/survei>
- eMarketer. (2024). Indonesia Digital Ad Spending Forecast 2024. <https://www.insiderintelligence.com/content/indonesia-digital-ad-spending-forecast>
- StatCounter. (2024). Social Media Market Share in Indonesia - May 2024. <https://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/indonesia>
- Anggraeni, D., & Saragih, J. (2019). *Kerjasama tim dalam dunia kerja profesional*. Jakarta: Penerbit Komunika.
- Smith, J. (2022). *Social Media Marketing: Building brands in a digital world*. New York: Digital Press.

We Are Social & Meltwater. (2024). *Digital 2024: Indonesia*. Retrieved from <https://wearesocial.com>



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# LAMPIRAN

## Lampiran 1 Surat pengantar MBKM 01

### MBKM-01 Cover Letter MBKM Internship Track 1

Tangerang, June 19th 2025



No : 1/UMN/ILKOM/Internship Track 1/II/2025  
Subject : **Student's Application for MBKM Internship Track 1**

Dear. Head of Human Resource Department

PT Sanjaya Garmen Accessories

Universitas Multimedia Nusantara's providing the MBKM Internship Track 1, a work-integrated learning program, for students to hone their skills according to their talents and interests into the real work environments. Students directly doing Internship Track 1, in the company to learn solving problems based on knowledge that gained in campus, to link and match Internship Track 1 program with the curriculum as preparation for their future careers.

We pleased to inform the student with the following details:

Student ID : 00000070128  
Student Name : Imelda Silviana Gunarto  
Academic Program : Communication Science  
Email : imelda.silviana@student.umn.ac.id  
Mobile Phone : 6285743371772

Company will be received the student as an employee and Internship Track 1 participant, he/she express their willingness to follow 640 working hours or 100 working days prior to work rules 8 hours per day. Therefore, UMN's student must obey all regulations stipulated by company from time to time.

Along with respect, we considered our student to get selected in the Internship Track 1 program from your company. We thank you and look forward to hear employment acceptance letter of our student's.

Sincerely,

**Head of Departement Communication Science Program  
Multimedia Nusantara University**



( Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si. )



## 7% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

### Filtered from the Report

- ▶ Bibliography
- ▶ Quoted Text

---

### Top Sources

- 6%  Internet sources
  - 0%  Publications
  - 2%  Submitted works (Student Papers)
-

### Top Sources

- 6% Internet sources
- 0% Publications
- 2% Submitted works (Student Papers)

### Top Sources

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	Internet	kc.umn.ac.id	4%
2	Internet	lib-fisib.unpak.ac.id	<1%
3	Student papers	Universitas Putera Indonesia YPTK Padang	<1%
4	Internet	123dok.com	<1%
5	Student papers	Morgan Park High School	<1%
6	Student papers	Udayana University	<1%
7	Internet	widuri.raharja.info	<1%
8	Publication	Andi Misbahul Pratiwi. "Partisipasi dan Agensi: Perempuan Muda selama Advoka...	<1%
9	Internet	beritasumbar.com	<1%
10	Internet	panjaraharjo.medium.com	<1%
11	Internet	repository.ekuitas.ac.id	<1%

12	Internet	repository.ittelkom-pwt.ac.id	<1%
13	Internet	sulawesi.bisnis.com	<1%
14	Internet	www.bentoelgroup.com	<1%
15	Internet	www.kangatepafia.com	<1%
16	Internet	www.pa-kalianda.go.id	<1%
17	Internet	www.sandalmakmur.com	<1%

Lampiran 3 Daily Task MBKM 03

MBKM-03 Daily Task - Internship Track 1



**Daily Task**

**STUDENT ID** : 00000070128  
**STUDENT NAME** : Imelda Silviana Gunarto  
**COMPANY NAME** : PT Sanjaya Garmen Accessories

No	Date	In	Out	Duties /Responsibilities	Supervisor's Sign
9	30/01/2025	08:30	16:00	voice over video konten	Approved at 02 Juni 2025 09:27
10	31/01/2025	08:30	16:00	mulai cari ide ide konten untuk valentine mulai take konten untuk valentine	Approved at 02 Juni 2025 09:27
11	01/02/2025	08:30	16:00	voice over konten bunga valentine edit konten bunga valentine	Approved at 02 Juni 2025 09:27
12	03/02/2025	08:30	16:00	take konten untuk 3 rekomendasi bunga khusus valentine	Approved at 02 Juni 2025 09:27
13	04/02/2025	08:30	16:00	buat konten video valentine dan voice over	Approved at 02 Juni 2025 09:27
14	05/02/2025	08:30	16:00	upload 3 video valentine edit video valentine	Approved at 02 Juni 2025 09:27
15	06/02/2025	08:30	16:00	take konten untuk video produk bunga valentine	Approved at 02 Juni 2025 09:27
16	07/02/2025	08:30	16:00	upload konten yaitu konten mk dan juga konten barang untuk valentine	Approved at 02 Juni 2025 09:27
17	07/05/2025	08:30	16:00	buat konten valentine scheduling youtube buat caption	Approved at 02 Juni 2025 14:14
18	08/02/2025	08:30	16:00	cari referensi konten, take 2 video schedule youtube video	Approved at 02 Juni 2025 09:35

**Notes:**

1. Copied Form must be attached in report when registering for exam

In witness whereof the company,



Ben omar

manager

Please sign along with the Company's stamp



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



## Daily Task

**STUDENT ID** : 0000070128  
**STUDENT NAME** : Imelda Silviana Gunarto  
**COMPANY NAME** : PT Sanjaya Garmen Accessories

No	Date	In	Out	Duties /Responsibilities	Supervisor's Sign
1	17/01/2025	08:30	16:00	perkenalan divisi pembuatan 2 video konten edisi imlek yaitu ( 5 rekomendasi produk yang wajib ada saat imlek dan aneka angpao untuk berbagai usia)	Approved at 10 April 2025 08:50
2	18/01/2025	08:30	16:00	cari referensi konten yang akan di buat untuk imlek take konten imlek	Approved at 10 April 2025 08:50
3	20/01/2025	08:30	16:00	voice over untuk produk angpao upload video konten belajar editing video	Approved at 10 April 2025 08:50
4	21/01/2025	08:30	16:00	take konten produk imlek (kipas,lampion,boneka chai shen) buat script konten buat script storyline	Approved at 10 April 2025 08:50
5	22/01/2025	08:30	16:00	buat konten imlek	Approved at 02 Juni 2025 09:27
6	23/01/2025	08:30	16:00	scheduling youtube shorts take konten edit video angpao	Approved at 02 Juni 2025 09:27
7	24/01/2025	08:30	16:00	design canva untuk bulan febuari voice over	Approved at 02 Juni 2025 09:27
8	25/01/2025	08:30	16:00	buat konten imlek buat video ucapan gong xi fat cai 2025	Approved at 02 Juni 2025 09:27

**Notes:**

1. Copied Form must be attached in report when registering for exam

In witness whereof the company,



Ben omar  
manager

Please sign along with the Company's stamp



CS Dipindai dengan CamScanner

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



## Daily Task

**STUDENT ID** : 00000070128  
**STUDENT NAME** : Imelda Silviana Gunarto  
**COMPANY NAME** : PT Sanjaya Garmen Accessories

No	Date	In	Out	Duties /Responsibilities	Supervisor's Sign
19	10/02/2025	08:30	16:00	voice over konten bikin script upload konten	Approved at 02 Juni 2025 09:35
20	12/02/2025	08:30	16:00	cari referensi video konten bikin konten produk bantal dan juga boneka bikin video promo bigl	Approved at 02 Juni 2025 09:35
21	13/02/2025	08:30	16:00	schedule story valentine prepare konten idul fitri	Approved at 02 Juni 2025 09:35
22	14/02/2025	08:30	16:00	voice over konten valentine bikin script valentine	Approved at 02 Juni 2025 09:35
23	15/02/2025	08:30	16:00	Voice over buat konten bikin script valentine	Approved at 02 Juni 2025 09:35
24	18/02/2025	14:00	16:00	shoot produk buat gantungan idul fitri dan juga tabungan lebaran voice over konten lebaran	Approved at 02 Juni 2025 09:35
25	19/02/2025	08:30	16:00	voice over aneka amplop idul fitri voice over aneka jenis mote hasans	Approved at 02 Juni 2025 09:35
26	20/02/2025	08:30	16:00	upload konten buat produk hasans dan scheduling video konten youtube	Approved at 02 Juni 2025 09:35
27	21/02/2025	08:30	16:00	voice over kalender tabungan idul fitri edit video konten take konten untuk produk hasans	Approved at 02 Juni 2025 14:12

**Notes:**

1. Copied Form must be attached in report when registering for exam

In witness whereof the company,



Ben omar  
manager

Please sign along with the Company's stamp



CS Dipindai dengan CamScanner

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA



## Daily Task

**STUDENT ID** : 00000070128  
**STUDENT NAME** : Imelda Silviana Gunarto  
**COMPANY NAME** : PT Sanjaya Garmen Accessories

No	Date	In	Out	Duties /Responsibilities	Supervisor's Sign
28	22/02/2025	08:30	16:00	voice over rekomendasi hiasan untuk idul fitri cari referensi konten untuk idul fitri	Approved at 02 Juni 2025 14:12
29	24/02/2025	08:30	16:00	buat video konten produk rumah tangga hasans voice over rekomendasi bahan untuk DIY	Approved at 02 Juni 2025 14:12
30	25/02/2025	08:30	16:00	edit video untuk pemenang kuis caption valentine program csr pergi ke tempat yatim piatu	Approved at 02 Juni 2025 14:12
31	26/02/2025	08:30	16:00	buat video konten promo dari hasans buat konten pov voice over video hiasan lebaran	Approved at 02 Juni 2025 14:12
32	27/02/2025	08:30	16:00	voice over rekomendasi hiasan idul fitri membuat script untuk voice over mengedit postingan dan juga caption untuk pemenang giveaway caption valentine	Approved at 02 Juni 2025 14:12
33	28/02/2025	08:30	16:00	voice over aneka rekomendasi gantungan untuk idul fitri scheduling video youtube	Approved at 02 Juni 2025 14:13

**Notes:**

1. Copied Form must be attached in report when registering for exam

In witness whereof the company,



Ben omar  
manager

Please sign along with the Company's stamp



CS Dipindai dengan CamScanner

MULTIMEDIA  
NUSANTARA



## Daily Task

**STUDENT ID** : 0000070128  
**STUDENT NAME** : Imelda Silviana Gunarto  
**COMPANY NAME** : PT Sanjaya Garmen Accessories

No	Date	In	Out	Duties /Responsibilities	Supervisor's Sign
34	01/03/2025	08:30	16:00	membuat video konten MK untuk konten mengedit canva untuk postingan feeds ibadah puasa voice over review pot bunga artificial untuk dekorasi	Approved at 02 Juni 2025 14:13
35	03/03/2025	08:30	16:00	buat video konten produk mote upload dan juga buat caption untuk postingan feeds ig	Approved at 02 Juni 2025 14:13
36	04/03/2025	08:30	16:00	buat video konten mote mote edit video kunjungan customer ke toko buat konten untuk birthday decoration	Approved at 02 Juni 2025 14:13
37	05/03/2025	08:30	16:00	buat konten seputar bukber voiceover untuk tempelan stiker idul fitri	Approved at 02 Juni 2025 14:13
38	06/03/2025	08:30	16:00	voiceover produk rekomendasi aneka jenis payung buat konten video untuk cellophane	Approved at 02 Juni 2025 14:13
39	07/03/2025	08:30	16:00	buat konten masih sama yaitu cellophane voice over video rekomendasi balon idul fitri	Approved at 02 Juni 2025 14:13
40	08/03/2025	08:30	16:00	membuat konten video barang barang birthday decoration voice over rekomendasi produk idul fitri	Approved at 02 Juni 2025 14:13

**Notes:**

1. Copied Form must be attached in report when registering for exam

In witness whereof the company,



Ben Omar  
manager

Please sign along with the Company's stamp



CS Dipindai dengan CamScanner

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



### Daily Task

**STUDENT ID** : 00000070128  
**STUDENT NAME** : Imelda Silviana Gunarto  
**COMPANY NAME** : PT Sanjaya Garmen Accessories

No	Date	In	Out	Duties /Responsibilities	Supervisor's Sign
41	11/02/2025	08:30	16:00	buat script untuk video rekomendasi hiasan idul fitri voice over video hiasan idul fitri edit video hiasan idul fitri	Approved at 02 Juni 2025 09:35
42	12/03/2025	08:30	16:00	buat konten untuk video produk produk beberapa barang hasans voiceover untuk video rekomendasi pot untuk hiasan lebaran	Approved at 02 Juni 2025 14:13
43	13/05/2025	08:30	16:00	edit konten untuk video empurau dekorasi idul fitri upload konten video untuk house 89 dekorasi lebaran	Approved at 02 Juni 2025 14:14
44	14/03/2025	08:30	16:00	voice over video konten rekomendasi jepitan korea buat script voice over untuk video jepitan korea scheduling youtube video	Approved at 02 Juni 2025 14:13
45	15/03/2025	08:30	16:00	voice over untuk video konten rekomendasi keychain emas buat script untuk video keychain tersebut buat video konten ember lipat serbaguna	Approved at 02 Juni 2025 14:13
46	17/03/2025	08:30	16:00	voiceover untuk video konten hiasan daun rekomendasi buat script untuk video konten tersebut	Approved at 02 Juni 2025 14:13

**Notes:**

1. Copied Form must be attached in report when registering for exam

In witness whereof the company,

  
**PT. SANJAYA**  
 GARMEN AKSESORIS

Ben Omar  
 manager

Please sign along with the Company's stamp



CS Dipindai dengan CamScanner

MULTIMEDIA  
 NUSANTARA

## Daily Task

**STUDENT ID** : 00000070128  
**STUDENT NAME** : Imelda Silviana Gunarto  
**COMPANY NAME** : PT Sanjaya Garmen Accessories

No	Date	In	Out	Duties /Responsibilities	Supervisor's Sign
47	18/03/2025	08:30	16:00	upload konten video pembungkus kado yang anti ribet voice over konten buat minggu depannya	Approved at 02 Juni 2025 14:13
48	19/03/2025	08:30	16:00	edit canva untuk video testimoni pemenang kuis edit video buat pemenang kuis	Approved at 02 Juni 2025 14:13
49	20/03/2025	08:30	16:00	buat konten untuk idul fitri planning content bulan depan	Approved at 02 Juni 2025 14:13
50	21/05/2025	08:30	16:00	buat feeds untuk instagram dan juga caption untuk feeds instagram	Approved at 02 Juni 2025 14:14
51	22/03/2025	08:30	16:00	edit canva untuk post polling take video untuk ucapan selamat idul fitri 2025 buat script untuk ucapan idul fitri	Approved at 02 Juni 2025 14:13
52	24/03/2025	08:30	16:00	perlombaan divisi edit canva untuk postingan polling story	Approved at 02 Juni 2025 14:14
53	25/03/2025	08:30	16:00	edit video untuk ucapan idul fitri 2025 take video final ucapan idul fitri 2025 acara divisi tuker jajan	Approved at 02 Juni 2025 14:14
54	07/04/2025	08:30	16:00	buat konten untuk graduation produk buat konten untuk produk hasans edit untuk thumbnail canva	Approved at 02 Juni 2025 14:14

Notes:

1. Copied Form must be attached in report when registering for exam

In witness whereof the company,



Ben omar  
manager

Please sign along with the Company's stamp



CS Dipindai dengan CamScanner

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



## Daily Task

**STUDENT ID** : 00000070128  
**STUDENT NAME** : Imelda Silviana Gunarto  
**COMPANY NAME** : PT Sanjaya Garmen Accessories

No	Date	In	Out	Duties /Responsibilities	Supervisor's Sign
55	08/04/2025	08:30	16:00	buat video konten tipe tipe pembeli edit thumbnail canva	Approved at 02 Juni 2025 14:14
56	09/04/2025	08:30	16:00	buat video konten gimmick untuk feeds instagram edit thumbnail canva	Approved at 02 Juni 2025 14:14
57	10/04/2025	08:30	16:00	posting untuk feeds insatgram rekomendasi pernak pernik untuk acara wisuda posting untuk polling instagram posting video konten dan juga membuat caption untuk tiktok dan youtube	Approved at 02 Juni 2025 14:14
58	11/04/2025	08:30	16:00	upload video pemenang quiz hasans buat konten untuk produk produk hasans upload dan buat caption untuk tik tok youtube dan instagram	Approved at 02 Juni 2025 14:14
59	12/04/2025	08:30	16:00	take konten untuk video rekomendasi lunch box dan tumblr lucu meeting untuk next produk dan juga season	Approved at 02 Juni 2025 14:14
60	14/04/2025	08:30	16:00	mempersiapkan alat alat dan juga bahan yang diperlukan untuk konten paskah mencari ide untuk konten telur paskah	Approved at 02 Juni 2025 14:14
61	15/04/2025	08:30	16:00	membuat video tutorial cara menghias telur paskah edit canva untuk thumbnail	Approved at 02 Juni 2025 14:14

Notes:

1. Copied Form must be attached in report when registering for exam

In witness whereof the company,



Ben omar  
manager

Please sign along with the Company's stamp



CS Dipindai dengan CamScanner

MULTIMEDIA  
NUSANTARA



## Daily Task

**STUDENT ID** : 00000070128  
**STUDENT NAME** : Imelda Silviana Gunarto  
**COMPANY NAME** : PT Sanjaya Garmen Accessories

No	Date	In	Out	Duties /Responsibilities	Supervisor's Sign
62	16/05/2025	08:30	16:00	membuat tutorial cara menghiasa telur paskah dan mewarnai telur paskah edit thumbnail	Approved at 02 Juni 2025 14:14
63	17/04/2025	08:30	16:00	posting jadwal feeds untuk instagram yaitu barang barang kreasi lucu yang bikin paskah menjadi menyenangkan buat caption untuk instagram feeds paskah upload polling instagram paskah	Approved at 02 Juni 2025 14:14
64	19/04/2025	08:30	16:00	memposting fakta unik paskah untuk keperluan feeds instagram upload polling pada instagram	Approved at 02 Juni 2025 14:14
65	21/04/2025	08:30	16:00	take video konten untuk produk yang bermotif bebek upload feeds instagram yaitu rekomendasi alat tulis sekolah take video untuk produk keset dan juga kebutuhan rumah tangga lainnya	Approved at 02 Juni 2025 14:14
66	22/04/2025	14:00	16:00	upload instagram feeds untuk video jalan menuju hasans store dan juga upload polling instagram	Approved at 02 Juni 2025 14:14
67	23/04/2025	08:30	16:00	membantu edit video untuk pemenang kuis giveaway edit thumbnail canva upload dan juga buat caption untuk video pemenang kuis ke youtube dan tik tok	Approved at 02 Juni 2025 14:14

**Notes:**

1. Copied Form must be attached in report when registering for exam

In witness whereof the company,



Ben omar  
manager

Please sign along with the Company's stamp



CS Dipindai dengan CamScanner

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



## Daily Task

**STUDENT ID** : 00000070128  
**STUDENT NAME** : Imelda Silviana Gunarto  
**COMPANY NAME** : PT Sanjaya Garmen Accessories

No	Date	In	Out	Duties /Responsibilities	Supervisor's Sign
68	24/04/2025	08:30	16:00	upload feeds instagram untuk sejarah wisuda buat konten dan membantu rekam konten untuk video produk bunga	Approved at 02 Juni 2025 14:14
69	25/04/2025	08:30	16:00	buat video konten untuk produk hasans edit thumbnail pada canva buat caption untuk posting tik tok dan youtube	Approved at 02 Juni 2025 14:14
70	26/05/2025	08:30	16:00	membuat konten untuk insagram tiktok dan youtube yaitu konten jumbo membuat caption untuk video konten membuat konten untuk video produk produk slinger	Approved at 02 Juni 2025 14:14
71	28/04/2025	08:30	16:00	membuat konten untuk produk produk alat tulis membuat content plan mencari referensi konten terbaru	Approved at 02 Juni 2025 14:14
72	29/04/2025	14:00	16:00	membuat konten untuk produk bantal dan juga boneka upload pada youtube dan tik tok	Approved at 02 Juni 2025 14:14
73	30/04/2025	08:30	16:00	membuat konten untuk alat alat tulis sekolah menyusun content plan mencari referensi video konten	Approved at 02 Juni 2025 14:14

**Notes:**

1. Copied Form must be attached in report when registering for exam

In witness whereof the company,



Ben omar  
manager

Please sign along with the Company's stamp



CS Dipindai dengan CamScanner

MULTIMEDIA  
NUSANTARA



## Daily Task

**STUDENT ID** : 00000070128  
**STUDENT NAME** : Imelda Silviana Gunarto  
**COMPANY NAME** : PT Sanjaya Garmen Accessories

No	Date	In	Out	Duties /Responsibilities	Supervisor's Sign
68	24/04/2025	08:30	16:00	upload feeds instagram untuk sejarah wisuda buat konten dan membantu rekam konten untuk video produk bunga	Approved at 02 Juni 2025 14:14
69	25/04/2025	08:30	16:00	buat video konten untuk produk hasans edit thumbnail pada canva buat caption untuk posting tik tok dan youtube	Approved at 02 Juni 2025 14:14
70	26/05/2025	08:30	16:00	membuat konten untuk insagram tiktok dan youtube yaitu konten jumbo membuat caption untuk video konten membuat konten untuk video produk produk slinger	Approved at 02 Juni 2025 14:14
71	28/04/2025	08:30	16:00	membuat konten untuk produk produk alat tulis membuat content plan mencari referensi konten terbaru	Approved at 02 Juni 2025 14:14
72	29/04/2025	14:00	16:00	membuat konten untuk produk bantal dan juga boneka upload pada youtube dan tik tok	Approved at 02 Juni 2025 14:14
73	30/04/2025	08:30	16:00	membuat konten untuk alat alat tulis sekolah menyusun content plan mencari referensi video konten	Approved at 02 Juni 2025 14:14

**Notes:**

1. Copied Form must be attached in report when registering for exam

In witness whereof the company,



Ben omar  
manager

Please sign along with the Company's stamp



CS Dipindai dengan CamScanner

MULTIMEDIA  
NUSANTARA



## Daily Task

**STUDENT ID** : 00000070128  
**STUDENT NAME** : Imelda Silviana Gunarto  
**COMPANY NAME** : PT Sanjaya Garmen Accessories

No	Date	In	Out	Duties /Responsibilities	Supervisor's Sign
74	02/05/2025	08:30	16:00	membuat konten dan juga merekam konten untuk produk alat alat sekolah membuat konten untuk produk vas bunga dan keperluan rumah tangga lainnya	Approved at 02 Juni 2025 14:14
75	03/05/2025	08:30	16:00	menyusun content plan mencari referensi konten konten baru untuk membuat konten mencari ide ide yang baru untuk caption dan juga konten	Approved at 02 Juni 2025 14:14
76	05/05/2025	08:30	16:00	membuat video konten nanya barang untuk keperluan sekolah menyusun caption postingan	Approved at 02 Juni 2025 14:14
77	06/05/2025	08:30	16:00	upload untuk feeds instagram sejarah atau fakta unik seputar shinchon cari referensi ide konten	Approved at 02 Juni 2025 14:14
78	08/05/2025	08:30	16:00	edit video konten cari referensi konten yang seru dan menarik buat konten gimmick lucu untuk keperluan feeds instagram dan juga tik tok buat caption postingan	Approved at 02 Juni 2025 14:14
79	22/05/2025	08:30	16:00	membuat konten video pov membuat konten video untuk tik tok edit konten	Approved at 02 Juni 2025 14:14
80	09/05/2025	08:30	16:00	membuat konten diskon produk edit video konten	Approved at 02 Juni 2025 14:14

Notes:

1. Copied Form must be attached in report when registering for exam

In witness whereof the company,



Ben omar  
manager

Please sign along with the Company's stamp



CS Dipindai dengan CamScanner

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



## Daily Task

**STUDENT ID** : 00000070128  
**STUDENT NAME** : Imelda Silviana Gunarto  
**COMPANY NAME** : PT Sanjaya Garmen Accessories

No	Date	In	Out	Duties /Responsibilities	Supervisor's Sign
81	10/05/2025	08:30	16:00	post feeds waisak upload konten untuk tik tok	Approved at 02 Juni 2025 14:14
82	14/05/2025	08:30	16:00	membuat konten blindbox shincan produk joytop upload konten untuk tik tok	Approved at 02 Juni 2025 14:14
83	15/05/2025	08:30	16:00	membuat konten untuk keranjang kuning untuk tiktok membuat konten sinematik untuk tiktok dan juga Instagram	Approved at 02 Juni 2025 14:14
84	17/05/2025	08:30	16:00	membuat konten pov untuk konten tik tok membuat konten untuk keranjang kuning hasans	Approved at 02 Juni 2025 14:14
85	19/05/2025	08:30	16:00	membuat konten pov untuk produk belanja mote membuat video ala asmr untuk produk stiker joytop	Approved at 02 Juni 2025 14:14
86	20/05/2025	08:30	16:00	membuat konten belanja untuk produk joytop membuat konten luntuk produk ulang tahun	Approved at 02 Juni 2025 14:14
87	23/05/2025	08:30	16:00	membuat konten dengan judul kalau masuk,aku berhenti belanja produk joytop membuat konten untuk produk bunga	Approved at 02 Juni 2025 14:14

**Notes:**

1. Copied Form must be attached in report when registering for exam

In witness whereof the company,



Ben omar  
manager

Please sign along with the Company's stamp



CS Dipindai dengan CamScanner

MULTIMEDIA  
NUSANTARA



## Daily Task

**STUDENT ID** : 0000070128  
**STUDENT NAME** : Imelda Silviana Gunarto  
**COMPANY NAME** : PT Sanjaya Garmen Accessories

No	Date	In	Out	Duties /Responsibilities	Supervisor's Sign
88	24/05/2025	08:30	16:00	upload polling untuk instagram story upload konten untuk tik tok	Approved at 02 Juni 2025 14:14
89	27/05/2025	08:30	16:00	membuat konten untuk promo spesial back to school sale membuat konten video pendek untuk mempromosikan produk joytop	Approved at 02 Juni 2025 14:15
90	28/05/2025	08:30	16:00	membuat konten diy membuat tempat alas tulis menggunakan produk produk dari hasans	Approved at 02 Juni 2025 14:15
91	29/05/2025	08:30	16:00	upload polling instagram story membuat konten video perbedaan isi tas cowok dan cewek untuk beberapa produk hasans	Approved at 02 Juni 2025 14:15
92	30/05/2025	08:30	16:00	membuat konten untuk barang barang birthday	Approved at 02 Juni 2025 14:15
93	31/05/2025	08:30	16:00	membuat video untuk pemenang kuiz hasans back to school edit video	Approved at 02 Juni 2025 14:15
94	02/06/2025	08:30	16:00	membuat konten untuk event hasans x joy top edit video konten upload schedule live persiapan event	Approved at 02 Juni 2025 14:23
95	03/06/2025	08:30	16:00	buat konten untuk event hasans upload konten dan postingan ke sosial media	Approved at 04 Juni 2025 14:37

Notes:

1. Copied Form must be attached in report when registering for exam

In witness whereof the company,



Ben Omar  
manager

Please sign along with the Company's stamp



CS Dipindai dengan CamScanner

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



## Daily Task

**STUDENT ID** : 00000070128  
**STUDENT NAME** : Imelda Silviana Gunarto  
**COMPANY NAME** : PT Sanjaya Garmen Accessories

No	Date	In	Out	Duties /Responsibilities	Supervisor's Sign
88	24/05/2025	08:30	16:00	upload polling untuk instagram story upload konten untuk tik tok	Approved at 02 Juni 2025 14:14
89	27/05/2025	08:30	16:00	membuat konten untuk promo spesial back to school sale membuat konten video pendek untuk mempromosikan produk joytop	Approved at 02 Juni 2025 14:15
90	28/05/2025	08:30	16:00	membuat konten diy membuat tempat alas tulis menggunakan produk produk dari hasans	Approved at 02 Juni 2025 14:15
91	29/05/2025	08:30	16:00	upload polling instagram story membuat konten video perbedaan isi tas cowok dan cewek untuk beberapa produk hasans	Approved at 02 Juni 2025 14:15
92	30/05/2025	08:30	16:00	membuat konten untuk barang barang birthday	Approved at 02 Juni 2025 14:15
93	31/05/2025	08:30	16:00	membuat video untuk pemenang kuiz hasans back to school edit video	Approved at 02 Juni 2025 14:15
94	02/06/2025	08:30	16:00	membuat konten untuk event hasans x joy top edit video konten upload schedule live persiapan event	Approved at 02 Juni 2025 14:23
95	03/06/2025	08:30	16:00	buat konten untuk event hasans upload konten dan postingan ke sosial media	Approved at 04 Juni 2025 14:37

**Notes:**

1. Copied Form must be attached in report when registering for exam

In witness whereof the company,



Ben omar  
manager

Please sign along with the Company's stamp



CS Dipindai dengan CamScanner

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

## Daily Task

**STUDENT ID** : 00000070128  
**STUDENT NAME** : Imelda Silviana Gunarto  
**COMPANY NAME** : PT Sanjaya Garmen Accessories

No	Date	In	Out	Duties /Responsibilities	Supervisor's Sign
96	04/06/2025	08:30	16:00	buat konten video event hasans edit konten video event	Approved at 04 Juni 2025 14:37
97	09/06/2025	08:30	16:00	membuat video konten untuk event hasans mengedit konten video event	Approved at 09 Juni 2025 14:28
98	10/06/2025	08:30	16:00	membuat 2 konten untuk event hasans mengedit konten	Approved at 10 Juni 2025 09:45
99	11/06/2025	08:30	16:00	membuat konten untuk sosial media ads mengedit video konten	Approved at 11 Juni 2025 15:20
100	12/06/2025	08:30	16:00	membuat konten cta untuk event hasans edit konten	Approved at 12 Juni 2025 13:40
101	13/06/2025	08:30	16:00	membuat video konten daily untuk sosmed hasans edit video konten	Approved at 13 Juni 2025 11:00

**Notes:**

1. Copied Form must be attached in report when registering for exam

In witness whereof the company,

 **PT. SANJAYA**  
GARMEN AKSESORIS

Ben omar  
manager

Please sign along with the Company's stamp



 Dipindai dengan CamScanner

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

Lampiran 4 Formulir Bimbingan Magang

**Form Bimbingan Internship Report  
Program Studi Ilmu Komunikasi  
Semester Genap 2024/2025**

Nama : Imelda Silviana Gunarto  
NIM : 00000070128  
Angkatan : 2022  
Dosen Pembimbing : Dr. Arsa Widityarsa Utoyo, S.T., M.Sn.

Meeting	Tanggal	Jam	Keterangan	Tanggal Approval
1	24 Februari 2025	09:00	pengarahan bersama Pak Arsa mengenai laporan magang dan instruksi penjelasan bagaimana cara mengerjakan laporan	25 Juni 2025
2	27 Maret 2025	12:36	mengumpulkan laporan magang untuk di cek	25 Juni 2025
3	14 April 2025	13:00	Pak Arsa memberikan feedback terhadap laporan yng saya kirim dan hal apa saja yang perlu saya perbaiki	25 Juni 2025
4	05 Juni 2025	14:33	bimbingan magang bersama pak Arsa lewat gmeet	25 Juni 2025
5	18 Juni 2025	08:20	pengumpulan laporan magang dan meminta feedback kepada Pak Arsa mengenai laporan magang	25 Juni 2025
6	23 Juni 2025	10:49	meminta feedback Pak Arsa mengenai hal hal yang perlu di revisi	25 Juni 2025
7	24 Juni 2025	10:33	mengirimkan laporan kepada Pak Arsa untuk di cek	25 Juni 2025
8	25 Juni 2025	17:00	finalisasi laporan magang dan approval dari Pak Arsa	25 Juni 2025

CS Dipindai dengan CamScanner



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

# Imelda Silviana Gunarto

Mahasiswa Ilmu Komunikasi dengan Pengalaman di Sponsorship dan Media Sosial

✉ imeldasilviana20@gmail.com ☎ 085601142216 📍 Jalan Allogio Barat 6 No. 60, Gading Serpong, Tangerang Selatan  
in in/imelda-silviana-gunarto

## Tentang Saya

Saya adalah mahasiswa semester 5 di Universitas Multimedia Nusantara yang memiliki antusiasme tinggi dan kemampuan beradaptasi dengan baik di lingkungan baru. Saya memiliki rasa ingin tahu yang besar dan semangat untuk mencoba hal-hal baru. Tujuan saya adalah memperluas pengalaman dan berkontribusi secara aktif pada setiap kesempatan yang saya jalani. Selain itu, saya juga senang mengeksplorasi keterampilan baru. Mengenai keterampilan saya, saya tertarik dalam pembuatan strategi kampanye dan strategi media sosial.

## Pendidikan

Universitas Multimedia Nusantara

S1 Ilmu Komunikasi  
IPK: 3,46

Agustus 2022 – Sekarang

## Pengalaman Kerja

Debut 3.0

Social Media Publikasi & Sponsorship Coordinator

- Merancang dan membuat desain konten media sosial.
- Merancang konsep dan membuat video.
- Membuat dan menyusun proposal.
- Bernegosiasi dengan pihak eksternal.

November – Desember 2024

Voluntrip by Kita Bisa

Relawan

- Mengelola dan mempersiapkan perlengkapan mengajar untuk kegiatan edukasi di TK, memastikan kelancaran kegiatan pembelajaran.
- Memberikan edukasi kesehatan gigi kepada anak-anak di TK dengan pendekatan yang menyenangkan dan interaktif.
- Mengajarkan cara menyikat gigi yang benar serta memperkenalkan konsep nama-nama hewan dan warna melalui metode permainan yang efektif.
- Menyusun laporan kegiatan dan mendokumentasikan hasil kegiatan untuk evaluasi dan bahan referensi bagi kegiatan mendatang.

Juni 2023

## Pengalaman Organisasi

MR & MS UMN

Koordinator Divisi Sponsorship

- Menyusun strategi pemasaran sponsorship yang efektif untuk menarik brand seperti Yourmoments, Emina, BPR Lestari, dan EF untuk berpartisipasi dalam acara MR & MS UMN 2024.
- Mempresentasikan proposal sponsorship kepada brand potensial, mengedepankan nilai-nilai yang dapat diperoleh kedua belah pihak dan memastikan kesepakatan yang saling menguntungkan.
- Menjadi penanggung jawab utama dalam mengelola hubungan dengan sponsor, termasuk mengoordinasikan logistik, komunikasi, dan kebutuhan brand selama acara berlangsung.
- Mengatur komunikasi rutin dengan tim dan sponsor untuk memastikan semua kebutuhan sponsor dapat dipenuhi dan kegiatan acara berjalan dengan lancar.
- Membuat laporan pasca-acara terkait efektivitas kerjasama sponsorship dan mengusulkan perbaikan untuk acara mendatang.

Februari 2024 – Desember 2024

UMN ECO

Koordinator Divisi Sponsorship

- Mengidentifikasi dan bernegosiasi dengan brand-brand potensial untuk memperoleh dukungan sponsorship, seperti IQOO, Blu by BCA Digital, Paper One, dan Nutrisari, guna mendukung acara UMN ECO 2023.
- Mempersiapkan dan mempresentasikan proposal sponsorship kepada calon sponsor, menjelaskan manfaat kerjasama secara terperinci serta nilai strategis acara bagi merek.
- Menjalin hubungan yang baik dengan sponsor, berfungsi sebagai penghubung utama antara sponsor dan panitia acara untuk memastikan keberhasilan kerjasama.
- Mengelola tim divisi sponsorship, memastikan setiap anggota tim memahami dan melaksanakan tugasnya dengan efektif untuk mendukung kelancaran acara.
- Membuat laporan tentang hasil kerjasama sponsorship sebagai bahan evaluasi dan tindak lanjut.

Juli 2023 – Februari 2024

CS Dipindai dengan CamScanner

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



**PT SANJAYA GARMEN AKSESORIS**  
Jl. Petak Baru No.51, Tambora, Jakarta Barat, DKI Jakarta, Indonesia, 11230

---

**SURAT KETERANGAN MAGANG**

No: 027 /SK/MKT/II/2025

Dengan ini kami yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Ben Omar  
Jabatan : Manajer Marketing

Menerangkan

dengan benar

kepada:

Nama : Imelda Silviana  
NIM 00000070128  
Sekolah/Universitas : Universitas Multimedia Nusantara

Bahwa yang bersangkutan telah melakukan magang di PT Sanjaya Garmen Aksesoris. Dimulai dari tanggal 17 Januari 2025 sampai dengan tanggal 17 Juli 2025. Selama magang di PT Sanjaya Garmen Aksesoris, yang bersangkutan mempelajari tentang bidang *creative marketing*. Dan pada saat surat ini dikeluarkan, yang bersangkutan telah melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya dengan baik.

Demikian surat keterangan magang ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 17 Februari 2025



' Ben  
Omar

64

