

**AKTIVITAS *CONTENT CREATION* DI DIVISI MARKETING
PT JAKARTA AQUARIUM INDONESIA**



LAPORAN MAGANG

FIGO CARLOS

00000069411

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2022**

**AKTIVITAS *CONTENT CREATION* DI DIVISI MARKETING
PT JAKARTA AQUARIUM INDONESIA**



LAPORAN MAGANG

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

FIGO CARLOS

00000069411

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2022

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Figo Carlos

Nomor Induk Mahasiswa : 00000069411

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

AKTIVITAS CONTENT CREATION DI DIVISI MARKETING PT JAKARTA AQUARIUM 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, 26 Juni 2025



(Figo Carlos)

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan Magang dengan judul
**AKTIVITAS *CONTENT CREATION* DI DIVISI MARKETING PT
JAKARTA AQUARIUM INDONESIA**

Oleh
Nama : Figo Carlos
NIM : 00000069411
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 26 Juni, 2025

Pembimbing



Hanif Suranto, S.Sos., M.Si.
NIDN 0306027102

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi



Irwan Fakhruddin
2025.07.05
13:20:21 +07'00'
2025.001.20531

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**AKTIVITAS *CONTENT CREATION* DI DIVISI MARKETING PT
JAKARTA AQUARIUM INDONESIA**

Oleh

Nama : Figo Carlos

NIM : 00000069411

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 22 Juli 2025

Pukul 16.00 s.d 17.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Hanif Suranto, S.Sos., M.Si.
NIDN 0306027102

Irwan Fakhruddin, S.Sn., M.I.Kom.
NIDN 0331077503

Pembimbing

Hanif Suranto, S.Sos., M.Si.
NIDN 0306027102

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 : Figo Carlos
NIM : 00000069411
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya Ilmiah : Laporan Magang

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

AKTIVITAS CONTENT CREATION DI DIVISI MARKETING PT JAKARTA AQUARIUM INDONESIA

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 26 Juni 2025

Yang menyatakan,



(Figo Carlos)

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

KATA PENGANTAR

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

“AKTIVITAS CONTENT CREATION DI DIVISI MARKETING PT JAKARTA AQUARIUM 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:

Mengucapkan terima kasih

1. Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Rismi Juliadi, S T., M. Si., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Hanif Suranto, S.Sos., M.Si., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya laporan ini.
5. Ritzka Yauma P.D, Jennifer Gunawan, Patricia, Taufiq Aldi Hidayat sebagai Tim divisi *marketing*, rekan kerja sekaligus Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Kepada Perusahaan PT, JAKARTA AQUARIUM INDONESIA yang telah memberi saya kesempatan untuk magang selama 6 bulan hingga terselesai
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.

8. Teman- Teman kuliah yang tidak dapat disebut satu- persatu yang telah memberi semangat dan waktu untuk bekerja sama dalam proses penyelaian selama magang ini.

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

Tangerang, 26 Juni 2025



(Figo Carlos)

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Aktivitas *Content Creation* di Divisi Marketing PT Jakarta Aquarium Indonesia

Figo Carlos

ABSTRAK

Latar belakang dari pemilihan tempat magang ini didasarkan pada meningkatnya peran strategi digital dalam komunikasi institusi edutainment, khususnya dalam pengelolaan konten media sosial. **Tujuan** dari kegiatan magang adalah untuk memahami dan mengimplementasikan proses *content creation* sebagai bagian dari strategi pemasaran digital di PT Jakarta Aquarium Indonesia. **Metode pelaksanaan** magang dilakukan melalui penempatan posisi sebagai Content Creator di Divisi Marketing, dengan tugas utama merancang dan memproduksi konten digital untuk akun media sosial Jakarta Aquarium & Safari serta Pingoo Restaurant. Kegiatan mencakup riset konten, penulisan caption, pengambilan gambar/video, penyuntingan, dan penyusunan laporan performa bulanan. **Hasil** dari proses magang menunjukkan peningkatan kemampuan teknis dalam produksi konten, penguatan kerja tim, serta pemahaman terhadap gaya komunikasi yang berbeda untuk masing-masing audiens. **Pencapaian target magang** dapat dilihat dari keberhasilan menghasilkan berbagai jenis konten tematik (edukatif, promosi, engagement) serta kontribusi dalam krisis komunikasi melalui konten konservasi. **Diskusi** dalam laporan ini menekankan pada refleksi atas tantangan selama magang, seperti intensitas beban kerja dan perbedaan gaya konten antar akun. Pembelajaran utama mencakup pentingnya manajemen waktu, adaptasi gaya komunikasi digital, dan kolaborasi dalam tim pemasaran yang dinamis dan kreatif.

Kata kunci: Content Creation, Divisi Marketing, PT Jakarta Aquarium 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

CONTENT CREATION ACTIVITIES IN THE MARKETING DIVISION OF PT JAKARTA AQUARIUM INDONESIA

Figo Carlos

ABSTRACT

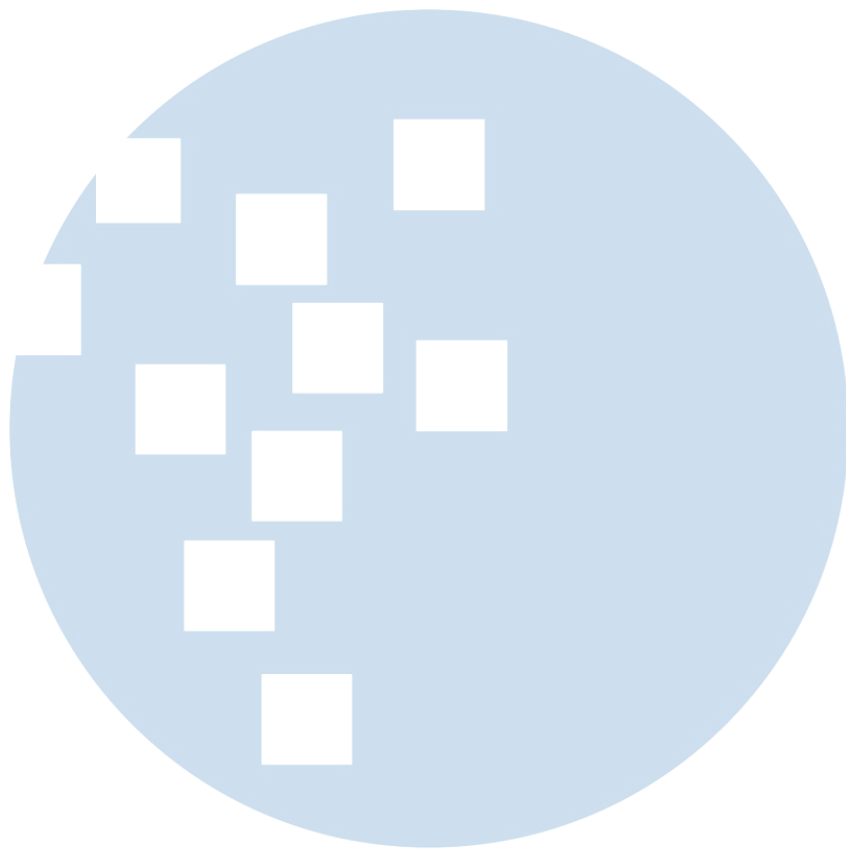
***The background** for selecting this internship site is based on the growing role of digital strategy in the communication practices of edutainment institutions, particularly in managing social media content. The goal of this internship was to understand and implement the content creation process as part of the digital marketing strategy at PT Jakarta Aquarium Indonesia. The internship was carried out by taking the role of Content Creator in the Marketing Division, with the main responsibility of designing and producing digital content for the social media accounts of Jakarta Aquarium & Safari and Pingoo Restaurant. Activities included content research, caption writing, photo/video shooting, editing, and compiling monthly performance reports. **The results** of the internship demonstrated an improvement in technical content production skills, enhanced teamwork, and a deeper understanding of different communication styles tailored to each audience. **The internship objectives were** achieved through the successful creation of various thematic content (educational, promotional, and engagement) and contributions to communication crisis management through conservation content. The discussion in this report reflects on the challenges encountered during the internship, such as workload intensity and varying content styles across accounts. **The main lessons** learned include the importance of time management, adapting to digital communication styles, and collaborating within a dynamic and creative marketing team.*

Keywords: Content Creation, Marketing Division, PT Jakarta Aquarium 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

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang	4
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	5
BAB II GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI	8
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	8
2.2 Visi Misi PT Jakarta Aquarium Indonesia	9
2.3 Struktur Organisasi PT Jakarta Aquarium Indonesia	10
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	14
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang	14
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang	15
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	31
4.1 Simpulan	31
4.2 Saran	32
DAFTAR PUSTAKA	35
LAMPIRAN	36

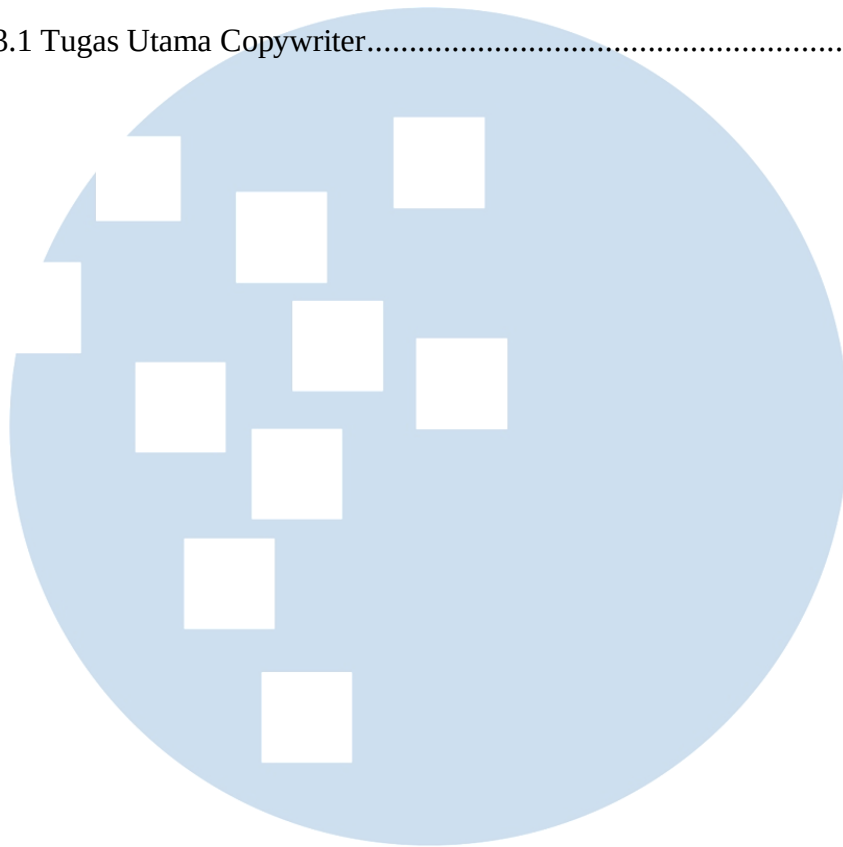


UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas Utama Copywriter.....	16
---------------------------------------	----



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

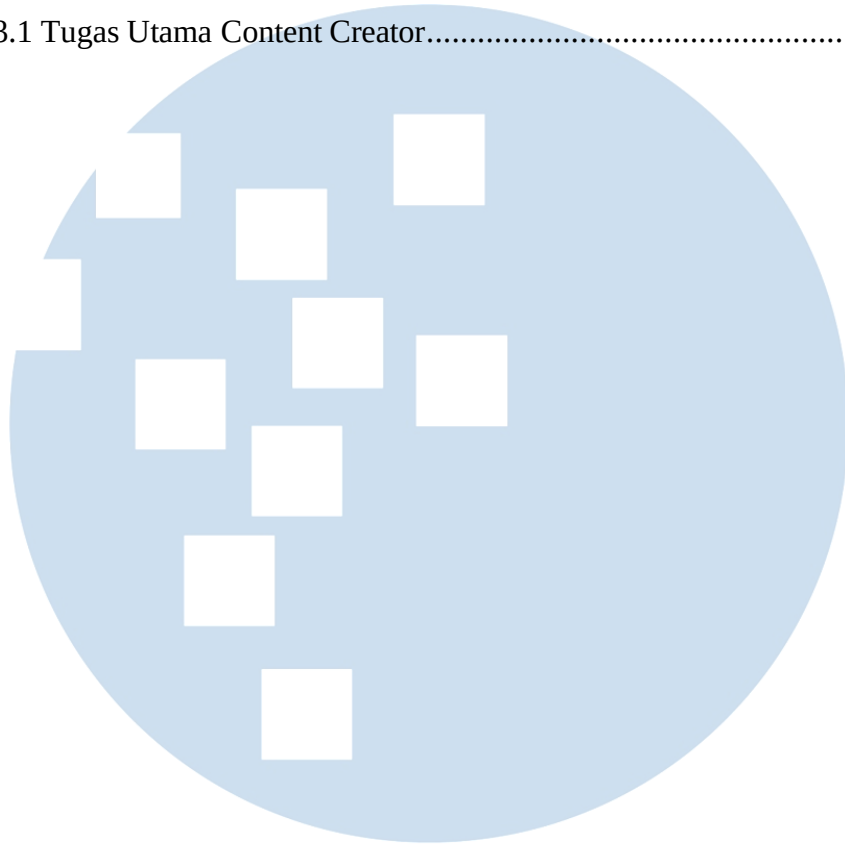
Gambar 2.1 Struktur Organisasi JAQ 2025.....	10
Gambar 2.2 Struktur Divisi Marketing	11
Gambar 3.1 Lingkup Kerja Penulis	15
Gambar 3.2 Monthly Editorial Planning.....	17
Gambar 3.3 Konten Education	18
Gambar 3.4 Konten Promotion	19
Gambar 3.5 Konten Engagement.....	20
Gambar 3.6 Konten Konservasi	21
Gambar 3.7 Proses Shooting.....	22
Gambar 3.8 Contoh Caption Reels	24
Gambar 3.9 Contoh mandatory post & bales chat	25

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas Utama Content Creator.....	16
--	----



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA