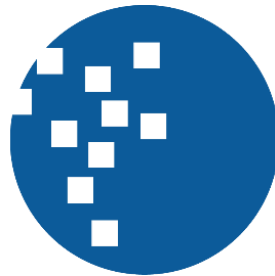


AKTIVITAS *CONTENT MARKETING* DI WOM FINANCE



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

NATHANIA DOMINICA SALIM

00000071788

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

AKTIVITAS *CONTENT MARKETING* DI WOM FINANCE



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

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

NATHANIA DOMINICA SALIM

00000071788

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Nathania Dominica Salim

Nomor Induk Mahasiswa 00000071788

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

AKTIVITAS *CONTENT MARKETING* DI WOM FINANCE merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan magang maupun dalam penulisan laporan magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 7 Juni 2025



Nathania Dominica Salim

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
AKTIVITAS *CONTENT MARKETING* DI WOM FINANCE

Oleh

Nama : Nathania Dominica Salim
NIM : 00000071788
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

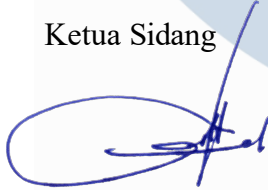
Telah diujikan pada hari Jumat, 18 Juli 2025

Pukul 09.00 s/d 10.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

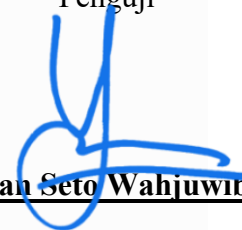
Ketua Sidang



Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom.

NIDN 0327019001

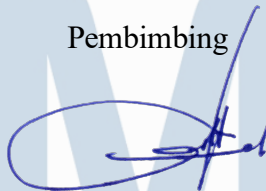
Penguji



Dr. Indiwah Seto Wahjuwibowo, M.Si.

NIDN 0308036601

Pembimbing



Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom.

NIDN 0327019001

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

m

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

NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Nathania Dominica Salim

NIM : 00000071788

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 MARKETING DI WOM FINANCE Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan laporan magang saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai pemegang dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 7 Juni 2025

Yang menyatakan,



Nathania Dominica Salim

KATA PENGANTAR

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

“AKTIVITAS *CONTENT MARKETING* DI WOM FINANCE” 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 laporan magang ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Komunikasi Strategis Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku pembimbing yang memberikan arahan, motivasi, dan bimbingan atas selesainya laporan magang ini.
5. Bapak/Ibu Dosen selaku ketua sidang dan Bapak/Ibu Dosen selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Teman-teman dekat, keluarga, khususnya Papa dan Mama yang telah memberikan bantuan dukungan material, moral, dan emosional, sehingga saya dapat menyelesaikan praktik kerja magang dan laporan magang ini dengan baik.
7. Departemen *Marketing Development* yang terdiri dari Mas Rendy, Mas Galih, Mas Agil, Mamang (Rafly), Kak Genta, Kak Dina, Mas Rofi, Kak Bianca, Pak Wisnu, Edmund, Kak Alfi, Kak Dara, Mas Rico, Mas David, Bu Erliza, Mas Asep, Mas Ardha, dan departemen *Digital Initiative* yang terdiri dari Mas Iqbal, Mbak Selvi, dan Pak Adit yang telah mendampingi, membantu, dan memberikan *insight* selama kerja magang.

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

Tangerang, 7 Juni 2025



Nathania Dominica Salim

AKTIVITAS *CONTENT MARKETING* DI WOM FINANCE

Nathania Dominica Salim

ABSTRAK

Penggunaan internet dan media sosial yang berkembang pesat memberikan peluang dan daya saing yang ketat bagi setiap bisnis di Indonesia. Perkembangannya tidak hanya terbatas pada alat komunikasi dan pencarian informasi saja, namun juga menjadi alat pemasaran untuk interaksi antara perusahaan, investor, dan konsumen. Tujuan praktik kerja magang dilakukan untuk mengembangkan kreativitas dan potensi diri dalam bidang *Content Marketing*. Perusahaan tempat praktik kerja magang adalah WOM Finance yang merupakan perusahaan pembiayaan multiguna di bawah Maybank Indonesia dan telah berdiri sejak tahun 1982 di Indonesia. WOM Finance menjaga daya saing dengan digitalisasi, khususnya dalam penggunaan media sosial dan situs *web* untuk meningkatkan *brand awareness*, *customer engagement*, hingga *conversion*. WOM Finance dituntut untuk mempertahankan relevansinya sebagai perusahaan pembiayaan yang dapat menyesuaikan strategi pemasaran konten dengan preferensi pasar. Posisi yang dipilih adalah *Content Marketing*. Penting bagi seorang *Content Marketing* dalam memahami konsumen dan memberikan solusi untuk kebutuhan sehari-hari konsumen. Konsep yang digunakan adalah proses pembuatan *content writing* dan *content marketing*. Selama berperan sebagai *Content Marketing*, diharapkan dapat menerapkan strategi pemasaran konten dengan pembuatan konten pada platform media sosial dan artikel pada situs *web* resmi WOM Finance. Dapat disimpulkan peran sebagai *Content Marketing* memberikan berbagai pengalaman dan pengetahuan baru tentang pemasaran konten yang interaktif dan menarik yang dapat membangun relasi.

Kata kunci: WOM Finance, Content Marketing, Content Writing, Brand Awareness, Customer Engagement

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

CONTENT MARKETING ACTIVITIES AT WOM FINANCE

Nathania Dominica Salim

ABSTRACT

The rapid growth of the internet and social media provides opportunities and fierce competition for every business in Indonesia. Its development is not only limited to communication tools and information search but also becomes a marketing tool for interaction between companies, investors, and consumers. The objective of the internship practice is to develop creativity and self-potential in the field of Content Marketing. The company where the internship is being conducted is WOM Finance, which is a multi-purpose financing company under Maybank Indonesia and has been established since 1982 in Indonesia. WOM Finance maintains its competitiveness through digitalization, particularly in the use of social media and websites to enhance brand awareness, customer engagement, and conversion. WOM Finance is required to maintain its relevance as a financing company that can adjust its content marketing strategy to market preferences. The chosen position is Content Marketing. It is important for a Content Marketing to understand consumers and provide solutions for their daily needs. The concepts used are the processes of content writing and content marketing. As a Content Marketing, it is expected to apply content marketing strategies through content creation on social media platforms and articles on WOM Finance's official website. It can be concluded that the role of Content Marketing provides various new experiences and knowledge about interactive and engaging marketing communication that can build relationships.

Keywords: WOM Finance, Content Marketing, Content Writing, Brand Awareness, Customer Engagement

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang	20
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	7
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	7
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	8
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	11
2.1 Tentang WOM Finance	11
2.1.1 Sejarah Singkat WOM Finance	11
2.1.2 Nilai Inti	13
2.1.3 Tagline dan Slogan Perusahaan	14
2.1.4 Produk Perusahaan	15
2.2 Visi Misi WOM Finance	15
2.2.1 Visi	15
2.2.2 Misi	16
2.3 Struktur Perusahaan WOM Finance	16
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	22
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	22
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang	25
3.2.1 Tugas Kerja Magang	25
3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang	27
3.2.2.1 <i>Content Creator</i>	28
3.2.2.2 <i>SEO Content Writer</i>	43
3.2.2.3 <i>Social Media Specialist</i>	52
3.2.3 Tambahan Pekerjaan Lainnya	63

3.3 Kendala yang Ditemukan	65
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	66
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	68
4.1 Kesimpulan	68
4.2 Saran	69
4.2.1 Saran untuk Perusahaan	69
4.2.2 Saran untuk Universitas	70
4.2.3 Saran untuk Mahasiswa	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	76



DAFTAR TABEL

Tabel 1.3 Kompetitor WOM Finance	6
Tabel 3.3 Aktivitas Praktik Kerja Magang	26
Tabel 3.4 <i>Timeline</i> Kerja Magang	27



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2015-2025	3
Gambar 1.2 Pengguna Media Sosial di Indonesia Tahun 2023-2025	3
Gambar 2.1 Logo WOM Finance	11
Gambar 2.2 Logo Aplikasi KAWAN	13
Gambar 2.3 Nilai Inti WOM Finance	13
Gambar 2.4 Struktur Perusahaan WOM Finance	17
Gambar 2.5 Struktur Departemen <i>Marketing Development</i>	18
Gambar 3.1 Struktur Departemen <i>Marketing Communication</i>	23
Gambar 3.2 Alur Koordinasi Kerja Magang	24
Gambar 3.5 Target Audiens WOM Finance	30
Gambar 3.6 <i>Editorial Plan</i> TikTok	31
Gambar 3.7 Konten <i>Promotional</i> TikTok	32
Gambar 3.8 Konten <i>Entertainment</i> TikTok	33
Gambar 3.9 Konten <i>Employee Engagement</i> Hari Kartini di TikTok	34
Gambar 3.10 Konten <i>Employee Engagement Meeting</i> di TikTok	34
Gambar 3.11 Konten <i>Employee Engagement</i> Sedang Bekerja di TikTok	35
Gambar 3.12 Konten <i>Educational</i> TikTok	36
Gambar 3.13 Proses <i>Editing</i> Konten pada Aplikasi CapCut	37
Gambar 3.14 <i>Meeting Q1 - Top Content Summary</i> (TikTok)	37
Gambar 3.15 Akun Media Sosial TikTok WOM Finance	38
Gambar 3.16 <i>Weekly Content</i> TikTok WOM Finance	40
Gambar 3.17 <i>Live Streaming</i> Instagram WOM Finance	41
Gambar 3.18 <i>Talent</i> WOM Finance	42
Gambar 3.19 Tampilan <i>Website</i> WOM Finance	45
Gambar 3.20 <i>Draft Outline</i> Artikel pada Google Documents	47
Gambar 3.21 <i>Article Planning</i> pada Google Spreadsheets	47
Gambar 3.22 Pengajuan Revisi dari <i>Digital Content Head</i>	49
Gambar 3.23 <i>Request Design</i> Artikel pada Google Spreadsheets	50
Gambar 3.24 Urutan <i>Approval</i> pada <i>Draft</i> Artikel	50
Gambar 3.25 Hasil Artikel Pemagang pada Situs <i>Web Resmi</i> WOM Finance	51
Gambar 3.26 Riset Tren untuk Konten Media Sosial Instagram	55
Gambar 3.27 <i>Content Brief</i> Media Sosial Instagram WOM Finance	56
Gambar 3.28 Desain Media Sosial Instagram di Google Drive	57
Gambar 3.29 Konten <i>Entertainment</i> Instagram WOM Finance	57
Gambar 3.30 Konten <i>Educational</i> Instagram WOM Finance	58
Gambar 3.31 Konten <i>Conversational</i> Instagram WOM Finance	59
Gambar 3.32 Konten <i>Giveaway Campaign</i> Instagram WOM Finance	59
Gambar 3.33 Konten <i>Promotional</i> Instagram WOM Finance	60
Gambar 3.34 <i>Social Media Management Tool</i> Emplifi	61
Gambar 3.35 <i>Weekly Content</i> Instagram WOM Finance	62
Gambar 3.36 Koordinasi dengan Vendor Makanan	63
Gambar 3.37 Hari Diselenggarakannya Acara WOMBASTIS 2024	64
Gambar 3.38 Data Google My Business dan Media Sosial Regional	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Pengantar MBKM 01	76
Lampiran A <i>Cover Letter</i> MBKM 01	77
Lampiran B Kartu MBKM 02	78
Lampiran C Surat Penerimaan Magang	79
Lampiran D <i>Daily Task</i> Magang (MBKM 03)	80
Lampiran E Lembar Verifikasi Laporan MBKM 04	81
Lampiran F Formulir Konsultasi Magang	82
Lampiran G Dokumentasi Magang	83
Lampiran H Uji Plagiarisme (Turnitin)	85
Lampiran I Curriculum Vitae (CV)	86

