

**PERAN CONTENT CREATOR DALAM MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS DARI APLIKASI ALFAGIFT**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

PRISCILLIA LINDSEY SETIADIE

00000070070

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

2025

**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**

**PERAN CONTENT CREATOR DALAM MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS DARI APLIKASI ALFAGIFT**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

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

PRISCILLIA LINDSEY SETIADIE

00000070070

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Priscillia Lindsey Setiadie

Nomor Induk Mahasiswa 00000070070

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

PERAN CONTENT CREATOR DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* DARI APLIKASI ALFAGIFT

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, 25 Juni 2025



Digital Materai Rp 10.000,00
(Priscillia Lindsey Setiadie)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul

PERAN CONTENT CREATOR DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* DARI APLIKASI ALFAGIFT

Oleh

Nama : Priscillia Lindsey Setiadie

NIM 00000070070

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Jumat, 18 Juli 2025 Pukul 15.00 s.d
16.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Vega Karina Andira Putri, S.Sos, M.Si.
NIDN 0307128703

Penguji



Digitally signed
by Anton Binsar
Date: 2025.07.28
12:06:14 +07'00'

Anton Binsar, S.Sos., M.Si.
NIDN 0309027705

Pembimbing



Vega Karina Andira Putri, S.Sos, M.Si.
NIDN 0307128703

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Digitally signed by
Cendera Rizky Anugrah
Bangun
Date: 2025.08.02
11:42:35 +07'00'

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 : Priscillia Lindsey Setiadie

NIM : 00000070070

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya Ilmiah : Laporan Magang

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

PERAN CONTENT CREATOR DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* DARI APLIKASI ALFAGIFT

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

Tangerang, 25 Juni 2025

Yang menyatakan,



Priscillia Lindsey Setiadie

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

KATA PENGANTAR

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

“PERAN *CONTENT CREATOR* DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* DARI APLIKASI ALFAGIFT” 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 sepenuhnya bahwa laporan magang ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, baik selama masa studi maupun proses penyusunannya. Oleh karena itu, saya menyampaikan terima kasih kepada:

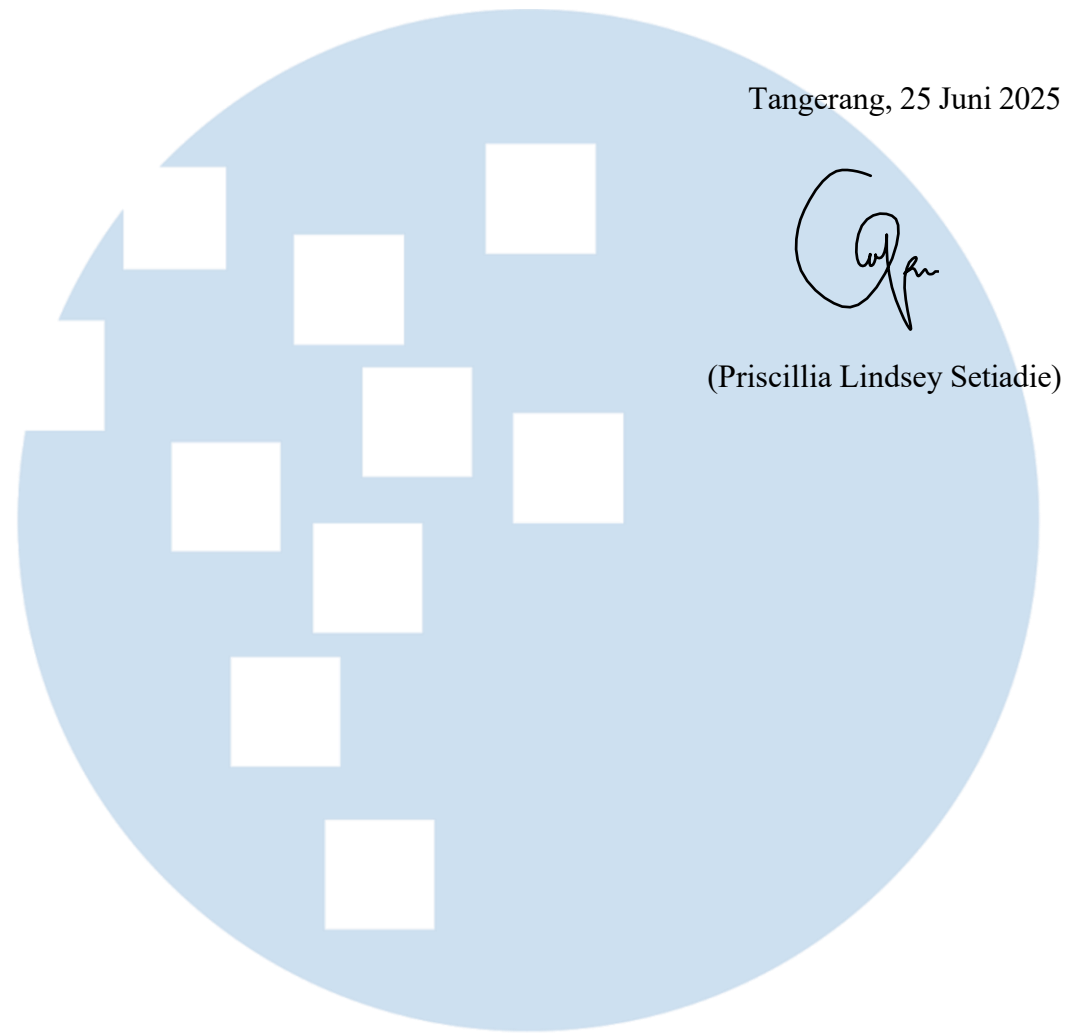
1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S., M.Si. sebagai Dekan Fakultas Komunikasi.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Vega Karina Andira Putri, S.Sos, M.Si. sebagai Pembimbing 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. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral
7. Kepada Perusahaan PT. Global Loyalty Indonesia yang telah memberikan saya kesempatan belajar dalam periode magang.
8. Supervisor dan tim kantor lainnya yang telah membimbing dan memberikan pelajaran baru selama periode magang.

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

Tangerang, 25 Juni 2025



(Priscillia Lindsey Setiadie)



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERAN CONTENT CREATOR DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* DARI APLIKASI ALFAGIFT

Priscillia Lindsey Setiadie

ABSTRAK

Di era digital yang terus berkembang pesat, media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia dan sekaligus menjadi alat pemasaran yang sangat efektif. Perusahaan seperti PT Global Loyalty Indonesia memanfaatkan kekuatan media sosial untuk meningkatkan kesadaran merek produk mereka. Peran *content creator* menjadi sangat krusial dalam mencapai tujuan tersebut. Proses pembuatan konten yang efektif melibatkan serangkaian tahapan yang saling terkait. Tahapan pertama adalah perencanaan konten, yang meliputi riset mendalam untuk memahami target audiens Alfagift, sesi diskusi ide untuk menghasilkan ide-ide kreatif, dan penyusunan rancangan konten yang relevan dan menarik. Tahap kedua adalah produksi konten, yang melibatkan pengambilan gambar atau video berkualitas tinggi, pengeditan yang cermat, dan pengendalian kualitas untuk memastikan konten yang dihasilkan profesional dan sesuai dengan standar merek. Tahap terakhir adalah evaluasi konten, yang melibatkan analisis kinerja konten untuk memahami dampaknya terhadap kesadaran merek Alfagift, serta melakukan optimasi berdasarkan data yang diperoleh. Melalui pengalaman magang ini, saya menyadari bahwa strategi konten yang komprehensif, mulai dari perencanaan hingga evaluasi, adalah kunci utama dalam meningkatkan kesadaran merek Alfagift di platform digital. *Content creator* berperan penting dalam menciptakan konten yang tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga efektif dalam menyampaikan pesan merek dan membangun hubungan yang kuat dengan konsumen.

Kata kunci: Alfagift, *Content Creator*, *Content Production*, *Digital Marketing*, PT Global Loyalty Indonesia

PERAN CONTENT CREATOR DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* DARI APLIKASI ALFAGIFT

Priscillia Lindsey Setiadie

ABSTRACT

In the rapidly advancing digital era, social media has become an integral part of human life and a highly effective marketing tool. Companies such as PT Global Loyalty Indonesia leverage the power of social media to enhance their product brand awareness. The role of content creators is crucial in achieving this objective. Effective content creation involves a series of interconnected stages. The first stage is content planning (ideation), which includes in-depth research to understand the Alfagift target audience, brainstorming sessions to generate creative ideas, and the drafting of relevant and engaging content. The second stage is content production (shooting & editing), which involves capturing high-quality images or videos, meticulous editing, and quality control to ensure the content produced is professional and aligns with brand standards. The final stage is content evaluation, which involves analyzing content performance to understand its impact on Alfagift's awareness and optimizing based on the data obtained. Through this internship experience, I realized that a comprehensive content strategy, from planning to evaluation, is key to enhancing Alfagift's awareness on digital platforms. Content creators play a vital role in creating content that not only captures attention but also effectively conveys brand messages and builds strong customer relationships.

Keywords: Alfagift, Content Creator, Content Production, Digital Marketing, PT Global Loyalty Indonesia

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 <i>Latar Belakang</i>	1
1.2 <i>Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang</i>	7
1.3 <i>Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang</i>	7
BAB II GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI.....	10
2.1 <i>Tentang PT Global Loyalty Indonesia</i>	10
2.2 <i>Visi Misi PT Global Loyalty Indonesia</i>	12
2.3 <i>Struktur Organisasi PT Global Loyalty Indonesia</i>	13
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	16
3.1 <i>Kedudukan dalam Kerja Magang</i>	16
3.2 <i>Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang</i>	17
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	55
4.1 <i>Simpulan</i>	55
4.2 <i>Saran</i>	56
DAFTAR PUSTAKA.....	58
LAMPIRAN	61

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas Utama *Content Creator*

17



DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1.1 Alasan Masyarakat Indonesia dalam memilih Metode Belanja Online
- Gambar 1.2 E-Grocery Terpopuler 2024 Data GoodStats
- Gambar 1.3 Instagram *Reels* Alfagift
- Gambar 2.1 Logo Global Loyalty Indonesia
- Gambar 2.2 Logo Ponta
- Gambar 2.3 Logo Alfagift
- Gambar 2.4 Struktur Organisasi Global Loyalty Indonesia
- Gambar 2.5 Struktur Organisasi Global Loyalty Indonesia
- Gambar 2.6 Struktur Departemen Kreatif
- Gambar 3.1 *Banner* Promo di Aplikasi Alfagift
- Gambar 3.2 Contoh *Ideation* Konten *Soft Selling* Rp1
- Gambar 3.3 New Character Alfagift on Tiktok
- Gambar 3.4 Konsep Three Point Lighting
- Gambar 3.5 Kamera Lumix S5II
- Gambar 3.6 Kamera Fujifilm XT3 beserta dengan lensa
- Gambar 3.7 Lighting dalam Studio Indoor
- Gambar 3.8 Microphone (Sennheiser)
- Gambar 3.9 Microphone (Saramonic)
- Gambar 3.10 *Live Shopping* Promo JSM dan Brand Softex
- Gambar 3.11 Konten Penjelasan *Campaign* Air Mineral Alfamart Disney Edition
- Gambar 3.12 Konten Softselling Air Mineral Alfamart Disney Edition
- Gambar 3.13 Konten Gen Z Air Mineral Alfamart Disney Edition
- Gambar 3.14 *Brief Campaign* Scrabble Disney Bottle
- Gambar 3.15 Inspiresep Bulan Ramadhan
- Gambar 3.16 Inspiresep Bulan Ramadhan
- Gambar 3.17 Konten *Hard Selling* Bulan Ramadhan (Mudik Asyik)
- Gambar 3.19 Konten Cashback Rp10.000 Ramadhan
- Gambar 3.20 Konten Ramadhan Belanja Hemat
- Gambar 3.21 Konten produk baru di Alfagift (Cheetos)
- Gambar 3.22 Konten Produk *Online* di Alfagift
- Gambar 3.23 Konten Promo Internal Alfagift & Alfamart (Tebus Murah Rp1)
- Gambar 3.25 Konten Promo Bulanan (Grand Day)
- Gambar 3.26 Konten Promo Payment Gopay di Alfagift

Gambar 3.29 Konten Request CRM Alfa Star 2

Gambar 3.31 Konten Alfarider (Alfagift Character)

Gambar 3.32 Konten Alfarider (Alfagift Character)

Gambar 3.34 Live Brand Sakatonik x Promo Voucher

Gambar 3.36 Live Flash Sale Aplikasi Alfagift

Gambar 3.37 Konten Ketupat Instan

Gambar 3.38 Konten Humor Rumah Tangga Gen Z

DAFTAR LAMPIRAN

A. Surat Pengantar MBKM (MBKM 01)	60
B. Kartu MBKM (MBKM 02)	61
C. Daily Task Kewirausahaan (MBKM 03)	62
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04)	83
E. Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin	84
F. Formulir Konsultasi Magang	85