

**AKTIVITAS CONTENT CREATOR DI PT MORADI
(ORANG TUA GROUP)**



LAPORAN MAGANG

JENNIFER JANE MULYO

00000069947

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**AKTIVITAS CONTENT CREATOR DI PT MORADI
(ORANG TUA GROUP)**



LAPORAN MAGANG

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

JENNIFER JANE MULYO

00000069947

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Jennifer Jane Mulyo

Nomor Induk Mahasiswa : 00000069947

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

AKTIVITAS CONTENT CREATOR DI PT MORADI (ORANG TUA GROUP)

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 MBKM maupun dalam penulisan laporan magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 10 Desember 2025



Jennifer Jane Mulyo

HALAMAN PENGESAHAN

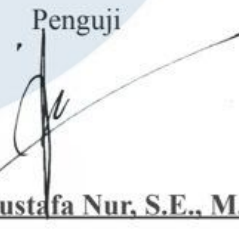
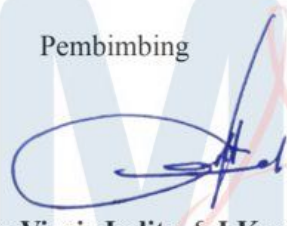
Laporan Magang dengan judul
AKTIVITAS CONTENT CREATOR DI PT MORADI (ORANG TUA GROUP)

Oleh

Nama : Jennifer Jane Mulyo
NIM : 00000069947
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 10 Desember 2025
Pukul 15.00 s.d 16.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang  Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom., NIDN 30327019001	Digitally signed by Lolita Lavietha Date: 2025.12.16 15:50:09 +07'00'	Penguji  Ikhsan Mustafa Nur, S.E., M.Si, NIDN 0305018604
Pembimbing  Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom., NIDN 30327019001		

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi



Digitally signed by
Cendera Rizky Anugrah
Bangun
Date: 2025.12.17
16:07:38 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.si,
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jennifer Jane Mulyo

NIM : 00000069947

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah :

AKTIVITAS *CONTENT CREATOR* DI PT MORADI (ORANG TUA GROUP)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.

Tangerang, 15 Desember 2025



(Jennifer Jane Mulyo)

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

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

“AKTIVITAS CONTENT CREATOR DI PT MORADI (ORANG TUA GROUP)” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan magang ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

Mengucapkan terima kasih

1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom. sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi selama proses magang dan pembuatan laporan akhir ini.
5. Bapak Ikhsan Mustafa Nur, S.E., M.Si., selaku Penguji selama proses sidang magang berlangsung yang bersedia memberikan waktu serta saran membangun terkait laporan magang saya.
6. Bapak Dhikdaya Manggala Putra selaku *Supervisor* selama berlangsungnya kegiatan magang mahasiswa, yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan dukungan untuk terselesaikannya proses magang ini dengan lancar.
7. Kepada rekan pekerja kantor saya di PT Moradi dan PT Mitra Global Ritel yang selalu membantu satu sama lain selama proses kerja magang

dan berperan sebagai penyemangat satu sama lain selama kegiatan bekerja sehari-hari.

8. Kepada PT Moradi yang telah memberikan fasilitas magang sebaik-baiknya untuk mahasiswa dalam belajar melakukan praktik kerja selama 6 bulan.
9. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, terutama selama berlangsungnya praktik magang.
10. Sahabat dan teman-teman terdekat saya yang telah memberi dukungan emosional selama proses pelaksanaan magang berlangsung.
11. Rekan kerja dan teman-teman saya di lingkungan kantor yang selalu mendukung, membantu, serta selalu bersama saya selama berada di lingkungan kantor, sehingga membuat suasana kantor menjadi menyenangkan dan bermakna dalam setiap harinya.

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

Tangerang, 10 Desember 2025



Jennifer Jane Mulyo



AKTIVITAS CONTENT CREATOR DI PT MORADI (ORANG TUA GROUP)

Jennifer Jane Mulyo

ABSTRAK

Dalam industri ritel modern, terutama pada bisnis *convenience store*, keberadaan *content creator* dan aktivitas *content planning* memegang peranan penting dalam membangun citra merek serta menjaga keterlibatan audiens. Strategi konten yang terarah memungkinkan perusahaan menyampaikan informasi produk, layanan, serta program promosi secara lebih efektif dan relevan di tengah persaingan pasar yang dinamis. PT Moradi sebagai perusahaan yang menaungi MOR Mart memanfaatkan aktivitas ini untuk memperkuat komunikasi digitalnya. Kegiatan magang dilaksanakan selama enam ratus empat puluh jam dengan peran pemegang sebagai *content creator*. Metode kerja yang diterapkan mencakup pencarian dan pengembangan ide konten, penyusunan kalender konten, serta pelaksanaan strategi media sosial. Selain itu, pemegang juga mengelola *Key Opinion Leader* (KOL) guna meningkatkan jangkauan informasi dan pemasaran perusahaan. Hasil pelaksanaan magang menunjukkan bahwa pemegang memperoleh peningkatan keterampilan dalam produksi konten digital, analisis kebutuhan audiens, serta penerapan strategi pemasaran berbasis media sosial. Proses ini juga memperlihatkan tantangan berupa hambatan komunikasi internal akibat kurangnya arahan terperinci. Sebagai kesimpulan, pengalaman magang di PT Moradi memberikan pembelajaran signifikan mengenai pentingnya konten dalam mendukung komunikasi perusahaan. Penerapan teori perkuliahan terbukti membantu pemegang beradaptasi dan bekerja secara profesional. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi bekal untuk menghadapi peluang karir di bidang kreatif dan komunikasi pemasaran di masa mendatang.

Kata kunci: *Content Creation*, *Key Opinion Leader* (KOL), Orang Tua Group

ACTIVITY OF A CONTENT CREATOR AT PT MORADI (ORANG TUA GROUP)

Jennifer Jane Mulyo

ABSTRACT

In the modern retail industry, particularly within convenience store businesses, the presence of content creators and structured content planning activities plays a crucial role in building brand image and maintaining audience engagement. A well-directed content strategy enables companies to communicate product information, services, and promotional programs more effectively and relevantly amid dynamic market competition. PT Moradi, as the company behind MOR Mart, utilizes these activities to strengthen its digital communication efforts. The internship program was conducted over six hundred and forty hours, during which the intern served as a content creator. The methods applied included searching for and developing content ideas, creating a content calendar, and executing social media strategies. Additionally, the intern was responsible for managing Key Opinion Leaders (KOLs) to enhance the company's information dissemination and marketing reach. The results of the internship show that the intern gained improved skills in digital content production, audience needs analysis, and the application of social media-based marketing strategies. The process also revealed challenges, particularly communication barriers due to a lack of detailed guidance. In conclusion, the internship experience at PT Moradi provided significant insights into the importance of content in supporting corporate communication. The application of academic theories proved helpful in allowing the intern to adapt and work professionally. This experience is expected to serve as a valuable foundation for future career opportunities in the creative and marketing communication fields.

Keywords: Content Creation, Key Opinion Leader (KOL), Orang Tua Group

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR 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	9
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	9
BAB II GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI	13
2.1 Tentang Orang Tua Group	13
2.2 Visi Misi Perusahaan	17
2.3 Struktur Organisasi Perusahaan	19
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	25
4.1 Kedudukan dalam Kerja Magang	25
4.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang	27
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	65
4.1 Simpulan	65
4.2 Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	71

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas Content Creator di PT Moradi	27
Tabel 3.2 Tugas Kerja Magang di PT Moradi	29
Tabel 3.3 Analisis SWOT PT Moradi (MOR Mart)	31
Tabel 3.3 Analisis SMART PT Moradi (MOR Mart)	33



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Outlet MOR Mart Capital Place	4
Gambar 1.2 Data Pengguna Internet & Media Sosial di Indonesia 2025	6
Gambar 2.1 Logo Orang Tua Group	13
Gambar 2.2 Logo PT Moradi (MOR Mart)	15
Gambar 2.3 Sub-Brand Milik MOR Mart	16
Gambar 2.4 Logo Gorenc	18
Gambar 2.5 Logo T'Endang	19
Gambar 2.6 Struktur Organisasi PT Moradi (MOR Mart)	20
Gambar 2.7 Struktur Organisasi Departemen Marketing PT Moradi	21
Gambar 3.1 Susunan Koordinasi Kerja Pemegang	26
Gambar 3.2 Content Calendar Hootsuite	37
Gambar 3.3 Timeline Editorial Plan (EP)	39
Gambar 3.4 Proses Shooting dan Photoshoot Produk MOR	45
Gambar 3.5 Proses Video Editing Melalui Capcut	47
Gambar 3.6 MOR di Synchronize Fest 2025	48
Gambar 3.7 MOR di Crystalin Run 2025	49
Gambar 3.8 MOR di PRJ Surabaya 2025	50
Gambar 3.9 Penambahan Voice Over Melalui Capcut	53
Gambar 3.10 Folder Google Drive Bank Konten MOR	55
Gambar 3.11 Nama KOL & Data Analisis KOL MOR	57
Gambar 3.12 Kegiatan Piket di MOR Jamsostek	61



DAFTAR LAMPIRAN

A. Cover Letter Career Acceleration Program Track 2 - ILKOM	71
B. Surat Pengantar Kerja Magang	72
C. Career Acceleration Program Track 2 - ILKOM Card	73
D. Daily Task Magang	74
E. Lembar Verifikasi Laporan Magang	75
F. Dokumentasi Proses Kegiatan Kerja Magang	76
G. Formulir Konsultasi Magang	83
H. Surat Penerimaan Magang	84
I. Hasil Turnitin	85
J. Hasil AI Score	86
K. Curriculum Vitae	88

