

**PERAN CONTENT CREATOR DALAM KOMUNIKASI
PEMASARAN DIGITAL: STUDI MAGANG DI PT INDONESIA
DIRECT**



LAPORAN MAGANG

Eric Kurnia Dwiki Rahmani

00000077553

**PROGRAM STUDI PJJ ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2026**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Eric Kurnia Dwiki Rahmani

Nomor Induk Mahasiswa : 00000077553

Program Studi : PJJ Ilmu Komunikasi

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Laporan Magang saya yang berjudul:

**Peran Content Creator Dalam Komunikasi Pemasaran Digital: Studi
Magang Di PT Indonesia Direct**

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain. Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian daftar pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan penyimpangan dan penyalahgunaan dalam pelaksanaan MBKM maupun dalam penulisan laporan MBKM, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan **TIDAK LULUS**. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 06 Januari 2026



: e-meterai Rp10.000,00.

(Eric Kurnia Dwiki Rahmani)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul

PERAN CONTENT CREATOR DALAM KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL: STUDI MAGANG DI PT INDONESIA DIRECT

Oleh

Nama : Eric Kurnia Dwiki Rahmani

NIM : 00000077553

Program Studi : PJJ Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin 19 Januari 2026

Pukul 11.00 s.d. 12.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Mujiono Sandim, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIDN 0315108802

Chininta Rizka Angelia, S.I.Kom., M.Si
NIDN 0320079201

Pembimbing

Mujiono Sandim, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIDN 0315108802

Kepala Program Studi PJJ Ilmu Komunikasi

Helga Liliani Cakra Dewi, S.I.Kom., M.Comm.
NIDN 0317089201

HALAMAN PERNYATAAN KEABSAHAN PERUSAHAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Eric Kurnia Dwiki Rahmani
NIM : 00000077553
Program Studi : PJJ Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

menyatakan bahwa saya melaksanakan kegiatan di:

Nama Perusahaan/Organisasi : PT Indonesia Direct
Alamat : Jl. Adi Sucipto No.47, Blulukan, Jawa Tengah
Email Perusahaan/Organisasi : cs@indonesiadirect.id

1. Perusahaan/Organisasi tempat saya melakukan kegiatan dapat di validasi keberadaannya.
2. Jika dikemudian hari, terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan data yang tidak valid di perusahaan/organisasi tempat saya melakukan kegiatan, maka:
 - a. Saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.
 - b. Saya bersedia menerima semua sanksi yang berlaku sebagaimana ditetapkan dalam peraturan yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara.

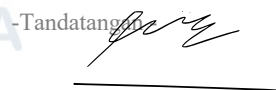
Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan digunakan sebagaimana mestinya.

Tangerang, 06 Januari 2026

Mengetahui

Menyatakan

-Tandatangan & Stempel Perusahaan-



Materai Rp 10.000.-

(Dafa Fidini Asqav)

(Eric Kurnia D. R.)

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Eric Kurnia Dwiki Rahmani

NIM : 00000077553

Program Studi : PJJ Ilmu Komunikasi

Jenjang : ~~D3~~/S1/S2* (coret yang tidak perlu)

Judul Karya Ilmiah : PERAN CONTENT CREATOR DALAM
KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL: STUDI MAGANG DI PT
INDONESIA DIRECT

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia (pilih salah satu):

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk memublikasikan hasil laporan magang saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh civitas academica UMN/ publik. Saya menyatakan bahwa laporan magang yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia memublikasikan hasil laporan magang ini ke dalam repositori Knowledge Center karena ada data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara.
 - ☐ Embargo publikasi laporan magang dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 06 Januari 2026



(Eric Kurnia Dwiki Rahmani)

* Pilih salah satu

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

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan laporan magang berjudul “Peran Content Creator Dalam Komunikasi Pemasaran Digital: Studi Magang Di PT Indonesia Direct” dengan baik dan lancar.

Penulisan Laporan ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. 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 Helga Liliani Cakra Dewi, S.I.Kom., M.Comm selaku Ketua Program Studi PJJ Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Mujiono, S.I.Kom., M.I.Kom., dan Ibu Chininta Rizka Angelia S.I.Kom., M.Si., selaku Pembimbing dan Penguji yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya laporan ini.
5. Bapak Biyp Mukhsen Assegaf, Bapak Dafa Fidini Asqav, dan Bapak Bani Rijal, Tim Indonesia Direct serta seluruh rekan Indonesia Direct yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu, yang telah memberi arahan, membantu penulis berproses, memberi ilmu terkait dunia kerja.
6. Teristimewa keluarga terkasih, Bapak alm. Rozano Andrea Menda, Ibu Yuliati Laeli, dan saudara satu-satunya Reinaldi Rahmani. Terima kasih atas doa yang selalu diberikan serta keyakinan yang sangat besar terhadap pilihan dan mimpi-mimpi penulis

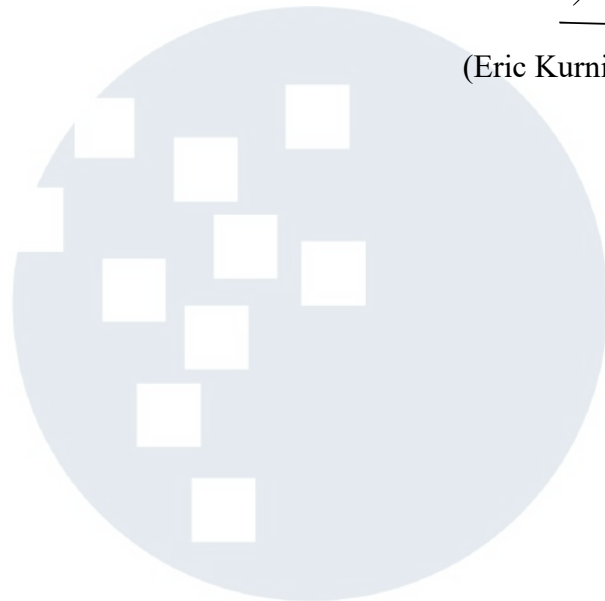
Penulis menyadari bahwa Laporan Magang ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat bagi

pembaca, baik di bidang akademik maupun praktis, khususnya dalam pengembangan strategi komunikasi visual berbasis media sosial.

Tangerang, 06 Januari 2026



(Eric Kurnia Dwiki Rahmani)



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERAN CONTENT CREATOR DALAM KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL: STUDI MAGANG DI PT INDONESIA DIRECT

(Eric Kurnia Dwiki Rahmani)

ABSTRAK

Program magang ini dilaksanakan di Indonesia Direct sebagai bagian dari implementasi Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) dengan tujuan memberikan pengalaman kerja nyata kepada mahasiswa serta mengaplikasikan teori yang diperoleh selama perkuliahan ke dalam praktik profesional. Selama periode magang, penulis ditempatkan pada divisi digital marketing dengan fokus utama pada peran sebagai content creator dalam pengelolaan konten media sosial Instagram. Penulis terlibat dalam berbagai aktivitas, mulai dari perencanaan konten, penulisan caption, desain visual sederhana, hingga monitoring performa konten, baik untuk konten edukatif rutin maupun konten yang berkaitan dengan kegiatan perusahaan seperti Business Trip Australia, Capacity Building Binaan Bank Indonesia, dan Trade Expo Indonesia. Dalam pelaksanaannya, penulis menghadapi beberapa kendala, antara lain keterbatasan koordinasi akibat tidak adanya peran khusus yang membina tim marketing, pembagian jobdesk yang belum jelas, serta fluktuasi beban kerja yang cukup signifikan antara periode event dan non-event. Kendala-kendala tersebut menjadi bahan evaluasi untuk merumuskan solusi yang bersifat praktis dan aplikatif. Melalui kegiatan magang ini, penulis memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengelolaan media sosial sebagai sarana komunikasi pemasaran, sekaligus mengembangkan keterampilan teknis dan soft skill yang relevan dengan kebutuhan industri digital.

Kata kunci: *Content Creator, Media Sosial, Instagram, Digital Marketing, UMKM*

THE ROLE OF A CONTENT CREATOR IN DIGITAL MARKETING COMMUNICATION: AN INTERNSHIP STUDY AT PT INDONESIA DIRECT

(Eric Kurnia Dwiki Rahmani)

ABSTRACT (English)

This internship program was conducted at Indonesia Direct as part of the Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) initiative, aiming to provide students with real-world work experience and to apply theoretical knowledge gained during academic studies into professional practice. During the internship period, the author was assigned to the digital marketing division with a primary focus on the role of content creator in managing Instagram social media content. The author was involved in various activities, including content planning, caption writing, basic visual design, and content performance monitoring, covering both routine educational content and content related to major company activities such as the Australia Business Trip, Bank Indonesia–assisted Capacity Building programs, and the Trade Expo Indonesia. Throughout the internship, several challenges were encountered, including limited coordination due to the absence of a dedicated marketing supervisor, unclear job distribution, and significant fluctuations in workload between event and non-event periods. These challenges served as evaluation materials for formulating practical and applicable solutions. Through this internship program, the author gained a deeper understanding of social media management as a marketing communication tool, while also developing technical skills and soft skills relevant to the demands of the digital industry.

Keywords: Content Creator, Social Media, Instagram, Digital Marketing, MSMEs

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	i
HALAMAN PERNYATAAN KEABSAHAN PERUSAHAAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....	5
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	5
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	7
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	7
2.2 Misi dan Nilai Perusahaan	9
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	11
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	11
3.2 Tugas Kerja Magang	12
3.3 Uraian Kerja Magang.....	13
3.4 Kronologi Pelaksanaan Kerja Magang.....	17
3.6 Kendala dan Solusi Pelaksanaan Kerja Magang.....	25
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	27
4.1 Simpulan	27
4.2 Saran.....	28
DAFTAR PUSTAKA	30

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Waktu Pelaksanaan Magang Perusahaan.....	5
--	---



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Pekan Literasi Informasi.....	7
--	---



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Nama Lampiran.....	10
-------------------------------	----



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA