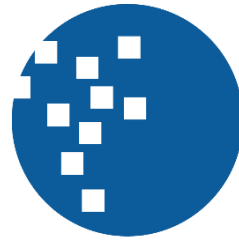


**AKTIVITAS CONTENT CREATOR DI TOKO BENNING
UNTUK MENINGKATKAN AWARENESS**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Vargas Adrian

00000045845

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

**AKTIVITAS CONTENT CREATOR DI TOKO BENNING
UNTUK MENINGKATKAN AWARENESS**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

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

Vargas Adrian

00000045845

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

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Vargas Adrian

Nomor Induk Mahasiswa 00000045845

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan dengan judul:

AKTIVITAS CONTENT CREATOR DI TOKO BENNING UNTUK MENINGKATKAN AWARENESS

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis 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 maupun dalam penulisan laporan karya tulis ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.

Tangerang, 18 Desember 2025



Vargas Adrian

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
Aktivitas Content Creator di Toko Benning Untuk Meningkatkan Awareness

Oleh

Nama : Vargas Adrian
NIM : 00000045845
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 6 Januari 2026

Pukul 08.00 s.d 09.00 dan dinyatakan

LULUS

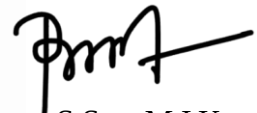
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Ariel Barlian Obayah, S.Sos.,
M.I.Kom.
NIDN 0328058106

Penguji



Riatun, S.Sos, M.I.Kom.
NIDN 0327019001

Pembimbing



Ariel Barlian Obayah, S.Sos.,
M.I.Kom.
NIDN 0328058106

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



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

NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Vargas Adrian
NIM : 00000045845
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : Aktivitas Content Creator di Toko Benning
Untuk Meningkatkan Awareness

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

- ☒ 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.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 18 Desember 2025



Vargas Adrian

* 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 penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena dapat menyelesaikan laporan magang ini yang membahas “Aktivitas Content Creator di Toko Benning untuk Meningkatkan Awareness”. Topik ini dipilih karena strategi digital marketing dan pembuatan konten sangat penting untuk meningkatkan brand awareness dan penjualan usaha kecil. Selama magang, penulis memperoleh pengalaman langsung membuat konten kreatif di TikTok, mengelola toko online, dan membangun engagement dengan audiens, yang diharapkan bermanfaat bagi pembaca untuk memahami praktik content creation dan pengelolaan toko digital.

Mengucapkan terima kasih

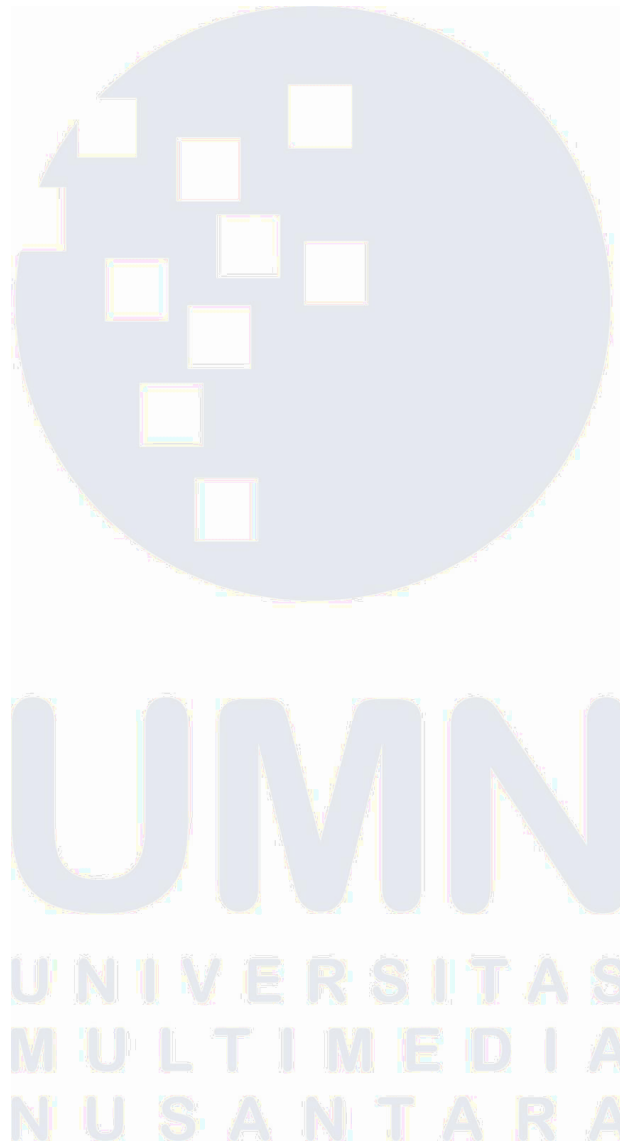
1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi., S.T., M.Si. selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Ariel Barlian Obayah, S.Sos., M.I.Kom., sebagai Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan magang ini.
5. Ibu Riatus, S.Sos, M.I.Kom., sebagai dosen penguji yang telah mendampingi berjalannya sidang dan memberi masukan untuk penulis.
6. Kak Hoky Nanda, sebagai supervisor di Skystars Ventures yang telah membimbing penulis dalam menjalankan magang.
7. Skystars Ventures sebagai tempat magang yang telah menerima penulis dan menyediakan wadah untuk penulis sehingga penulis terus berkembang.
8. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan magang ini.

Semoga laporan ini dapat menjadi pembelajaran dan informasi bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 18 Desember 2025



Vargas Adrian



AKTIVITAS CONTENT CREATOR DI TOKO BENNING UNTUK MENINGKATKAN AWARENESS

Vargas Adrian

ABSTRAK

Latar belakang pelaksanaan kerja magang ini didasari oleh meningkatnya peran media digital dan e-commerce dalam mendukung kegiatan kewirausahaan, khususnya pada usaha ritel kebutuhan sehari-hari. Program magang dilaksanakan di Toko Benning Sembako, usaha ritel yang berdiri sejak tahun 2020 dan berlokasi di Pasar Kemis, Tangerang, dengan tujuan mengimplementasikan konsep digital marketing dan content creation dalam praktik kerja nyata. Selama magang, penulis berperan dalam pengelolaan konten digital dan operasional toko online, yang mencakup perencanaan ide konten, produksi dan editing foto serta video promosi, penyusunan kalender konten, pengelolaan toko Shopee, pengunggahan produk, pengaturan stok dan harga, serta komunikasi dengan pelanggan. Konsep yang digunakan dalam laporan ini meliputi digital marketing, brand awareness, content creation, dan e-commerce. Kendala yang dihadapi antara lain keterbatasan peralatan produksi konten dan pengelolaan aktivitas digital yang dilakukan secara mandiri. Setelah menjalani magang selama 640 jam, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media sosial dan e-commerce secara terintegrasi mampu meningkatkan visibilitas merek serta mendukung penjualan Toko Benning Sembako secara bertahap.

Kata kunci: Content Creation, Brand Awareness, E-Commerce

Content Creator Activities at Benning Store to Increase Brand

Awareness

Vargas Adrian

ABSTRACT

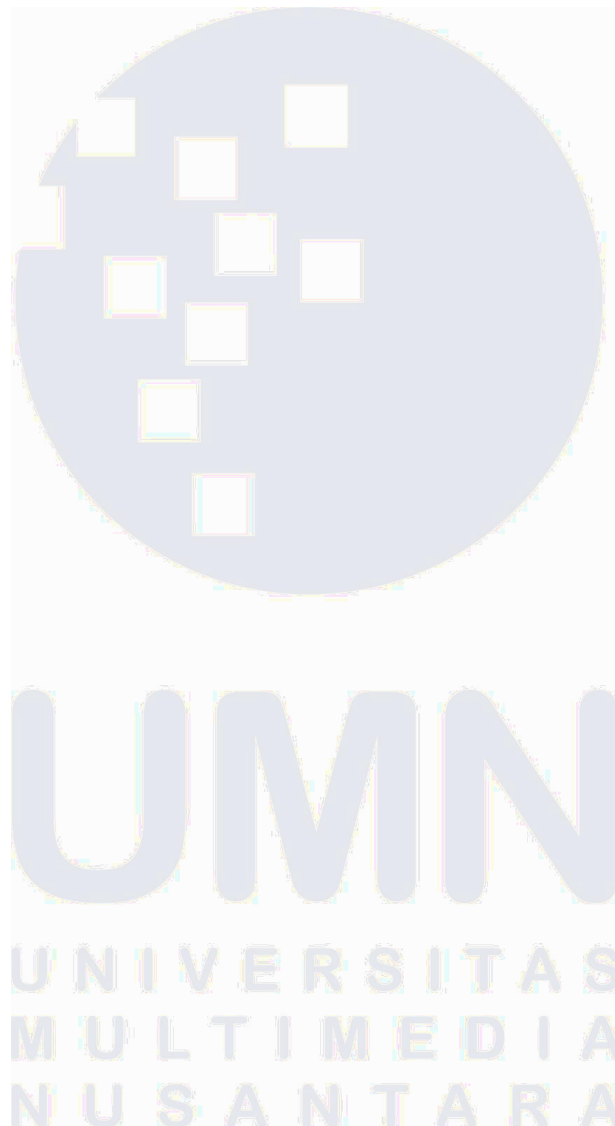
The implementation of this internship program was motivated by the increasing role of digital media and e-commerce in supporting entrepreneurial activities, particularly in the daily retail sector. The internship was conducted at Benning Sembako Store, a retail business established in 2020 and located in Pasar Kemis, Tangerang, with the objective of implementing digital marketing and content creation concepts in real work practices. During the internship, the author was responsible for managing digital content and online store operations, including content planning, photo and video production and editing, content calendar preparation, Shopee store management, product uploads, stock and price adjustments, and customer communication. The concepts applied in this report include digital marketing, brand awareness, content creation, and e-commerce. The main challenges encountered were limited content production equipment and the fact that all digital activities were managed independently. After completing 640 hours of internship, it can be concluded that the integrated use of social media and e-commerce platforms can gradually increase brand visibility and support sales growth at Benning Sembako Store.

Keywords: Content Creation, Brand Awareness, E-Commerce

DAFTAR ISI

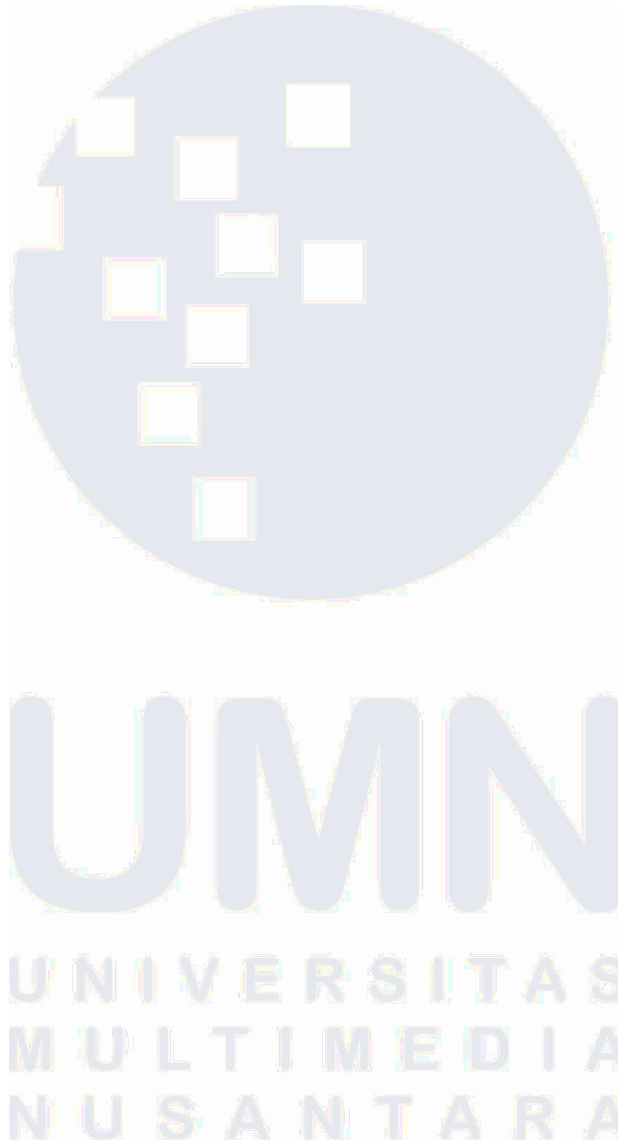
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iii
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....	5
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	6
1.3.1. Waktu Pelaksanaan Praktik Kerja Magang.....	6
1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	6
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	9
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	9
2.2 Visi dan Misi	10
2.3 Struktur Organisasi Perusahaan	10
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....	13
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	13
3.2 Tugas, Uraian dan Teori/Konsep Kerja Magang.....	15
3.3 Kendala yang Ditemukan	26
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	27
BAB IV ANALISIS DAN EVALUASI	
4.1 Analisis Usaha.....	29
4.2 Hasil dan Capaian Data Penjualan.....	29
4.3 Evaluasi Feedback Pelanggan	30
4.4 Permasalahan dan Solusi.....	30

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	32
5.1 Simpulan	32
5.2 Rekomendasi.....	32
5.3 Saran.....	33
DAFTAR PUSTAKA	xiii
References	xiii
LAMPIRAN	xv



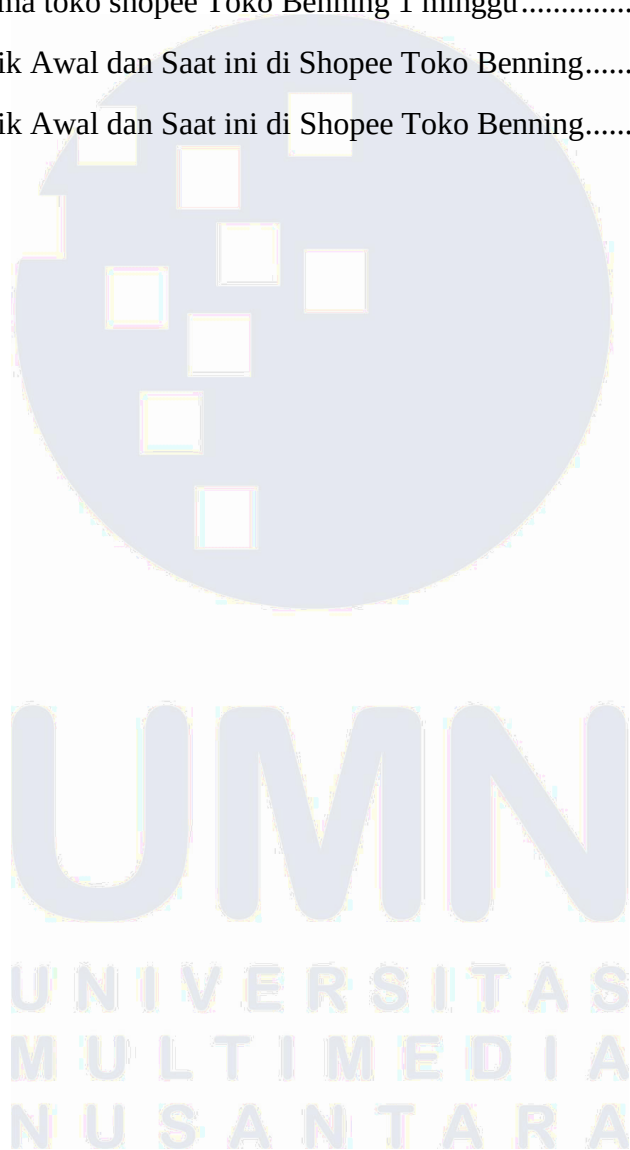
DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Detail pekerjaan yang dilakukan selama magang	16
---	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kondisi Digital Indonesia 2025 : Gambaran umum.....	2
Gambar 2.1 Logo Toko Benning Sembako	19
Gambar 3.4 Aktivitas operasional harian shopee Toko Benning	20
Gambar 3.5 Insight akun tiktok Toko Benning selama 1 bulan	21
Gambar 3.6 Performa toko shopee Toko Benning 1 minggu	22
Gambar 3.7 Statistik Awal dan Saat ini di Shopee Toko Benning	25
Gambar 3.8 Statistik Awal dan Saat ini di Shopee Toko Benning	26



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat pengantar MBKM 01.....	xiv
Lampiran B Kartu MBKM 02	xv
Lampiran C Daily Task MBKM 03	xvi
Lampiran D Laporan MBKM 04.....	xvii
Lampiran E Turn it in.....	xviii
Lampiran F Hasil karya tugas selama magang.....	xix

