

**PERAN CONTENT WRITER DALAM MEMBANGUN CITRA
BRAND KLIEN MELALUI MEDIA SOSIAL PADA AGENSI
FROYO STORY**



LAPORAN MAGANG

Gloria Wijaya

00000065419

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

2025

**PERAN CONTENT WRITER DALAM MEMBANGUN CITRA
BRAND KLIEN MELALUI MEDIA SOSIAL PADA AGENSI
FROYO STORY**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

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

Gloria Wijaya

00000065419

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Gloria Wijaya

Nomor Induk Mahasiswa : 00000065419

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

PERAN CONTENT WRITER DALAM MEMBANGUN CITRA BRAND KLIEN MELALUI MEDIA SOSIAL PADA AGENSI FROYO STORY

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, 15 Januari 2026



(Gloria Wijaya)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul

PERAN CONTENT WRITER DALAM MEMBANGUN CITRA BRAND KLIEN MELALUI MEDIA SOSIAL PADA AGENSI FROYO STORY

Oleh

Nama : Gloria Wijaya
NIM : 00000065419
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada Kamis, 15 Januari 2026
Pukul 11.00 s.d 12.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



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

Penguji



Dr. Henilia Yulita
SE.,MM.,M.I.Kom
NIDN 0320077803

Pembimbing



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

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Gloria Wijaya
Nomor Induk Mahasiswa : 00000065419
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Jenis Karya : Laporan Magang Track 2
Judul Karya Ilmiah : PERAN CONTENT WRITER DALAM MEMBANGUN
CITRA BRAND KLIEN MELALUI MEDIA SOSIAL
PADA AGENSI FROYO STORY

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, 15 Januari 2026



Gloria Wijaya

* Pilih salah satu opsi tanpa harus menghapus opsi yang tidak dipilih

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

“PERAN CONTENT WRITER DALAM MEMBANGUN CITRA BRAND KLIEN MELALUI MEDIA SOSIAL PADA AGENSI FROYO STORY”

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 Ir. Andrey Andoko, M.Sc., PhD. 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, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara
4. Ibu Helga Liliani Cakra Dewi, S.I.Kom., M.Comm. sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas dan penulisan laporan magang ini.
5. Bapak/Ibu Dosen selaku Ketua Sidang, Bapak/Ibu Dosen selaku penguji, serta Supervisor lapangan di Froyo Story yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral.
7. Andi Fadilah yang telah membantu dan mendukung saya selama proses aktivitas magang dan pembuatan laporan magang.
8. *Department Creative* yang telah membantu segala progress pembuatan konten sampai selesai.

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

Tangerang, 15 Januari 2026



(Gloria Wijaya)



PERAN CONTENT WRITER DALAM MEMBANGUN CITRA BRAND KLIEN MELALUI MEDIA SOSIAL PADA AGENSI FROYO STORY

Gloria Wijaya

ABSTRAK

Pemilihan tempat magang **didasari** oleh pesatnya perkembangan industri periklanan digital di Indonesia yang memiliki peranan penting dalam komunikasi pemasaran modern. **Tujuan utama** dari kegiatan magang ini adalah mengimplementasikan konsep-konsep *copywriting* yang telah diperoleh selama perkuliahan ke dalam praktik kerja nyata di perusahaan. **Kegiatan magang** dilaksanakan di Froyo Story, sebuah agensi kreatif digital yang berada di bawah naungan ALVA Digital serta merupakan bagian dari ekosistem *Future Creative Network (FCN)*. **Posisi** yang diambil adalah *Content Writer* pada Departemen Kreatif. **Tanggung jawab** utama *Content Writer* meliputi perancangan konten media sosial *brand* dalam bentuk *editorial plan* berdasarkan *creative brief* dari klien, serta melakukan supervisi agar proses produksi konten berjalan sesuai dengan rencana yang telah disusun. **Konsep utama** yang digunakan dalam laporan ini mengacu pada teori *copywriting* dari Robert W. Bly (2020) serta Hasniaty et al. (2023), sebagaimana dipelajari dalam mata kuliah *Art, Copywriting & Creative Strategy*. Selain itu, pemahaman terhadap *creative brief* juga didukung oleh konsep dalam mata kuliah *Account Planning & Management*. Selama pelaksanaan magang, ditemukan **kendala** berupa perbedaan istilah dan penerapan konsep antara teori yang diperoleh di perkuliahan dengan praktik di lapangan. Setelah menjalani magang selama enam bulan, diperoleh **kesimpulan** bahwa proses kerja seorang *Content Writer* mencakup rangkaian tahapan strategis dan kreatif hingga konten siap dipublikasikan pada media sosial *brand*. Sementara itu, sistem kerja di Froyo Story bersifat terstruktur dan kolaboratif untuk mendukung efisiensi serta efektivitas produksi konten.

Kata kunci: *content writer*, media sosial, citra *brand*, *copywriting*, *Froyo Story*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

THE ROLE OF CONTENT WRITER IN BUILDING CLIENT BRAND IMAGE THROUGH SOCIAL MEDIA AT FROYO STORY AGENCY

Gloria Wijaya

ABSTRACT

*The selection of the internship site was **based** on the rapid growth of the digital advertising industry in Indonesia, which plays a significant role in modern marketing communication. The **primary objective** of this internship was to implement the copywriting concepts learned during university courses into real-world professional practice. The internship was **conducted** at Froyo Story, a digital creative agency under the umbrella of ALVA Digital and part of the Future Creative Network (FCN) ecosystem. The **position undertaken** was as a Content Writer in the Creative Department. The **main responsibilities** of a Content Writer included designing social media content for brands through an editorial plan based on the client's creative brief and supervising the production process to ensure that the content was executed according to the plan. The **main theoretical foundation** applied in this report refers to the copywriting concepts proposed by Robert W. Bly (2020) and Hasniaty et al. (2023), as studied in the Art, Copywriting & Creative Strategy course. Additionally, the understanding of the creative brief was supported by the concepts learned in the Account Planning & Management course. During the internship, **challenges** were encountered due to differences in terminology and conceptual application between academic theory and real-world practice. After completing the six-month internship, it can be **concluded** that the workflow of a Content Writer involves a series of strategic and creative stages until the content is ready to be published on the brand's social media. Meanwhile, Froyo Story's work system is structured and collaborative to support efficiency and effectiveness in content production.*

Keywords: content writer, social media, brand image, copywriting, Froyo Story

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

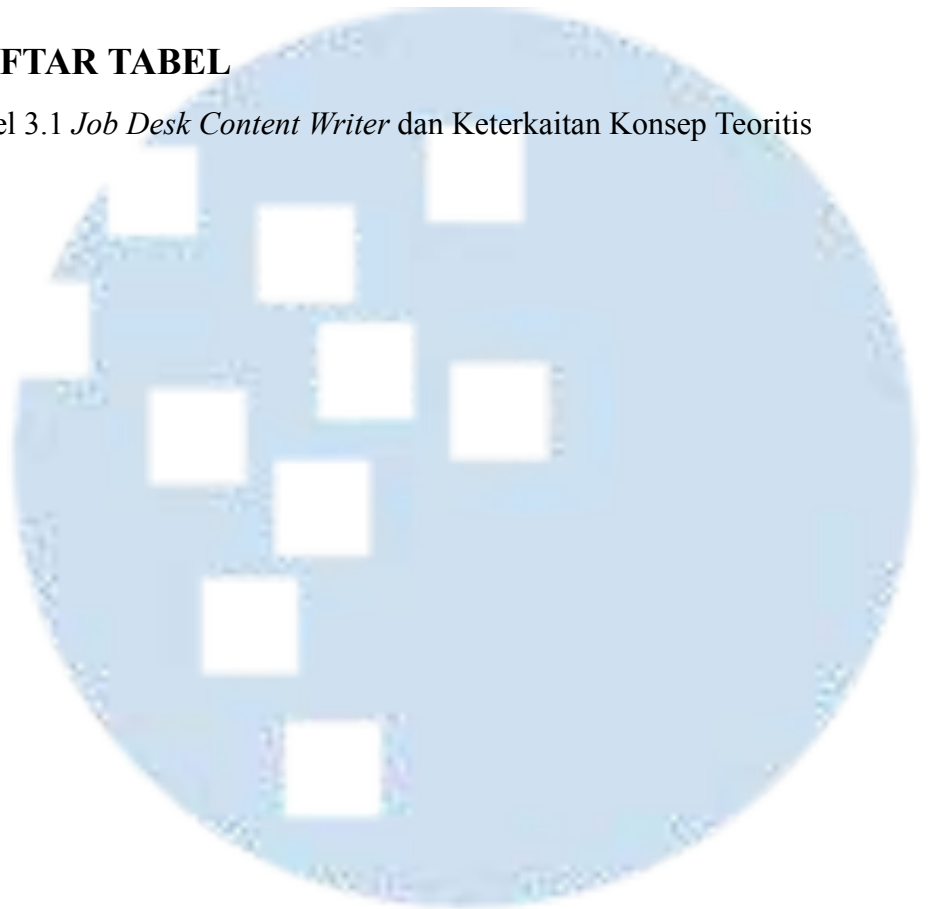
DAFTAR ISI

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	3
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	4
BAB II GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI	7
2.1 Tentang Froyo Story Agency	7
2.2 Struktur Organisasi Froyo Story Agency	9
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	12
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang	12
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang	13
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	45
4.1 Simpulan	45
4.2 Saran	48
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN	54

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 *Job Desk Content Writer* dan Keterkaitan Konsep Teoritis

14



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Froyo Story	7
Gambar 2.2 Struktur Organisasi Froyo Story	9
Gambar 3.1 <i>Account Executive</i> menurunkan JR di Nifty	16
Gambar 3.2 <i>Project Officer</i> membagikan <i>task</i> kepada <i>Content Writer</i>	17
Gambar 3.3 JR yang dibuat AE	17
Gambar 3.4 EP OVO <i>single static IGF</i>	19
Gambar 3.5 EP OVO Facebook	20
Gambar 3.6 EP Grab <i>X Threads</i>	21
Gambar 3.7 EP OVO <i>Instagram Story</i>	22
Gambar 3.8 EP OVO <i>Instagram Carousel</i>	23
Gambar 3.9 EP OVO <i>Instagram Reels</i>	24
Gambar 3.10 <i>Content Writer</i> melakukan <i>approval</i>	27
Gambar 3.11 <i>Feedback</i> yang diberikan <i>client</i>	29
Gambar 3.12 <i>Pre Production Meeting</i> OVO	33
Gambar 3.13 Supervisi Produksi	37
Gambar 3.14 Menjadi <i>Talent</i>	38
Gambar 3.15 Supervisi <i>Post Production</i>	40



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Pengantar MBKM (MBKM 01)	54
Lampiran B Kartu MBKM (MBKM 02)	55
Lampiran C Surat Penerimaan Magang	56
Lampiran D Form Konsultasi Magang	57
Lampiran E Daily Task (MBKM 03)	58
Lampiran F Lembar Verifikasi Laporan (MBKM 04)	59
Lampiran G Dokumentasi Magang	60
Lampiran H Hasil & Kontribusi Pekerjaan Penulis	65
Lampiran I Uji Plagiarisme (Turnitin)	68
Lampiran J Curriculum Vitae (CV)	69

