

**AKTIVITAS CONTENT MARKETING UNIVERSITAS
MULTIMEDIA NUSANTARA**



LAPORAN INDUSTRIAL RESEARCH (INTERNSHIP)

Tangika Valencia

00000077557

PROGRAM STUDI PJJ ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

**AKTIVITAS CONTENT MARKETING UNIVERSITAS
MULTIMEDIA NUSANTARA**



LAPORAN INDUSTRIAL RESEARCH (INTERNSHIP)

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Tangika Valencia

00000077557

PROGRAM STUDI PJJ ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tangika Valencia
Nomor Induk Mahasiswa : 00000077557
Program Studi : PJJ Ilmu Komunikasi

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Laporan saya yang berjudul:

**AKTIVITAS CONTENT MARKETING UNIVERSITAS MULTIMEDIA
NUSANTARA**

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, 09 Januari 2026

(Tangika Valencia)

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Tangika Valencia
NIM : 00000077557
Program Studi : PJJ Ilmu Komunikasi
Judul Laporan : AKTIVITAS CONTENT MARKETING

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Dengan ini saya menyatakan secara jujur menggunakan bantuan Kecerdasan Artifisial (AI) dalam pengerjaan ~~Tugas/Laporan/Project/Tugas Akhir~~* (pilih salah satu) sebagai berikut (beri tanda centang yang sesuai):

- ☒ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu dalam menghasilkan ide-ide utama saja
- ☒ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu menghasilkan teks pertama saja
- ☐ Menggunakan AI untuk menyempurnakan sintaksis dan tata bahasa untuk pengumpulan tugas
- ☐ Karena tidak diizinkan: Tidak menggunakan bantuan AI dengan cara apa pun dalam pembuatan tugas

Saya juga menyatakan bahwa:

- (1) Menyerahkan secara lengkap dan jujur penggunaan perangkat AI yang diperlukan dalam tugas melalui Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan Artifisial (AI)
- (2) Mengakui telah menggunakan bantuan AI dalam tugas saya baik dalam bentuk kata, paraphrase, penyertaan ide atau fakta penting yang disarankan oleh AI dan saya telah menyantumkan dalam sitasi serta referensi
- (3) Terlepas dari pernyataan di atas, tugas ini sepenuhnya merupakan karya saya sendiri

Tangerang, 9 Januari 2026



(Tangika Valencia)

HALAMAN PERNYATAAN KEABSAHAN PERUSAHAAN

HALAMAN PERNYATAAN KEABSAHAN PERUSAHAAN

Nama : Tangika Valencia
NIM : 00000077557
Program Studi : PJJ Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

menyatakan bahwa saya melaksanakan kegiatan di:

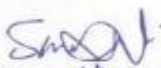
Nama Perusahaan/Organisasi : Universitas Multimedia Nusantara (Departemen Marketing)
Alamat : Jalan Scientia Boulevard Gading, Curug Sangereng, Serpong,
Kabupaten Tangerang, Banten 15810, Indonesia
Email Perusahaan/Organisasi : marketing@umn.ac.id

1. Perusahaan/Organisasi tempat saya melakukan kegiatan dapat divalidasi 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, 7 Januari 2026

Mengetahui


E.D. Satriani / HR&GA Manager
(Kepala Personalia)



Menyatakan


(Tangika Valencia)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan dengan judul
AKTIVITAS CONTENT MARKETING UNIVERSITAS MULTIMEDIA
NUSANTARA

Oleh

Nama Lengkap : Tangika Valencia
Nomor Induk Mahasiswa : 00000077557
Program Studi : PJJ Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 19 Januari 2026

Pukul 16.00 s.d. 17.00 WIB dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing

Penguji

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


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

Ketua Program Studi PJJ Ilmu Komunikasi

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

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tangika Valencia
NIM : 00000077557
Program Studi : PJJ Ilmu Komunikasi
Jenjang : ~~D3~~/S1/S2* (Pilih salah satu)
Judul Laporan : AKTIVITAS CONTENT MARKETING
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

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

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk memublikasikan hasil laporan saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh civitas academica UMN/ publik. Saya menyatakan bahwa laporan yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
 - ☐ Saya tidak bersedia memublikasikan hasil laporan 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 dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 9 Januari 2026

(Tangika Valencia)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, karunia, dan kasih-Nya yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan magang yang berjudul “AKTIVITAS CONTENT MARKETING UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi PJJ Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.

Penyusunan skripsi ini bukanlah proses yang mudah. Berbagai rintangan, kendala, dan tantangan penulis hadapi, baik dari segi teori, penelitian di lapangan, maupun teknis penulisan. Namun, berkat bimbingan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak, akhirnya penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini dengan sebaik-baiknya. Maka dari itu, melalui kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah memberikan bantuan, motivasi, serta arahan selama proses penelitian.

Mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Ir. Andrey Andoko, M.Sc. Ph.D., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
- 2) Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
- 3) Helga Lilani Cakra Dewi, S.I.Kom., M.Comm., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
- 4) Chininta Rizka Angelia, S.I.Kom, M.Si, selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya laporan ini.
- 5) Patricia Valencia, M.I.Kom, selaku Pembimbing Lapangan dan segenap Staff Universitas Multimedia Nusantara yang telah memberikan kesempatan, arahan dan bimbingan praktis sehingga terselesainya laporan ini.

- 6) Ayah saya yang telah memberikan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini.
- 7) Teman-teman terdekat saya: Michelle Christy, yang telah hadir di lebih dari setengah hidup penulis; Erick Gurtler, Klaudius Alfon, dan tentunya Jessica Fifiona, yang tidak hanya teman seperjuangan selama masa perkuliahan tetapi juga telah penulis anggap sebagai kakak-kakak; yang telah selalu hadir mendengarkan penulis dan memberikan dukungan moral sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini.
- 8) R, pasangan saya saat ini, yang telah selalu hadir dan memberikan dukungan material dan moral, terutama selama periode magang, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini.
- 9) Seventeen, terutama Yoon Jeonghan dan Xu Minghao, yang telah menjadi penghibur dan penyemangat penulis serta telah memberikan dukungan moral melalui musik-musik yang setia menemani penulis selama proses penulisan laporan ini.

Penulis juga menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna, baik dari segi isi maupun penyajiannya. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan dan pengembangan penelitian di masa mendatang. Besar harapan penulis agar laporan ini dapat memberikan manfaat, baik sebagai referensi akademik maupun inspirasi bagi penelitian selanjutnya di bidang *Public Relations*.

Akhir kata, semoga seluruh usaha dan jerih payah yang dicurahkan dalam penyusunan laporan ini dapat bernilai sebagai kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan bagi pihak-pihak yang berkepentingan dengan topik penelitian ini.

Tangerang, 9 Januari 2026



(Tangika Valencia)

AKTIVITAS CONTENT MARKETING UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

(Tangika Valencia)

ABSTRAK

Perkembangan komunikasi digital mendorong institusi pendidikan untuk mengoptimalkan content marketing sebagai sarana membangun engagement, citra, dan kepercayaan publik. Laporan Industrial Research (Internship) ini membahas aktivitas content marketing yang dilaksanakan di Universitas Multimedia Nusantara (UMN) selama program magang sebagai Content Marketing Intern pada Departemen Marketing. Tujuan kegiatan magang ini adalah untuk memperoleh pemahaman praktis mengenai perencanaan, produksi, distribusi, serta evaluasi konten digital dalam mendukung strategi komunikasi institusi. Metode pelaksanaan magang dilakukan secara hybrid dengan terlibat langsung dalam berbagai aktivitas. Aktivitas content marketing UMN memanfaatkan berbagai platform digital seperti website, Instagram, TikTok, dan YouTube untuk menjangkau mahasiswa, calon mahasiswa, serta pemangku kepentingan lainnya. Hasil dari pelaksanaan magang menunjukkan bahwa penerapan content marketing yang relevan dengan tren, kebutuhan audiens, dan karakter platform digital berperan penting dalam meningkatkan audience engagement serta memperkuat citra UMN sebagai universitas berbasis ICT. Laporan ini diharapkan dapat memberikan gambaran praktis mengenai implementasi content marketing di institusi pendidikan serta menjadi referensi bagi pengembangan strategi komunikasi digital yang lebih efektif.

Kata kunci: content marketing, media sosial, artikel, video

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

CONTENT MARKETING ACTIVITY IN UNIVERSITAS

MULTIMEDIA NUSANTARA

(Tangika Valencia)

ABSTRACT

The rapid development of digital communication has encouraged educational institutions to optimize content marketing as a strategic tool to build audience engagement, institutional image, and public trust. This report examines content marketing activities conducted at Universitas Multimedia Nusantara (UMN) during the internship program as a Content Marketing Intern in the Marketing Department. The internship aimed to provide practical understanding of digital content planning, production, distribution, and performance evaluation in supporting institutional communication strategies. The internship was carried out using a hybrid working system, with direct involvement in various activities, including content planning, content writing, video production and editing, and social media performance analysis. UMN's content marketing activities utilized multiple digital platforms, such as the official website, Instagram, TikTok, and YouTube, to reach students, prospective students, and other stakeholders. The findings indicate that content marketing strategies aligned with current trends, audience preferences, and platform characteristics play a significant role in enhancing audience engagement and strengthening UMN's image as an ICT-oriented university. This report is expected to provide practical insights into the implementation of content marketing in higher education institutions and serve as a reference for developing more effective digital communication strategies.

Keywords: *content marketing, social media, news article, video*

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

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEABSAHAN PERUSAHAAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja.....	4
1.3 Deskripsi Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja	4
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja	4
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja.....	5
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	6
2.1 Deskripsi Perusahaan	6
BAB III PELAKSANAAN KERJA.....	23
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	23
3.1.1 Kedudukan	23
3.1.2 Koordinasi.....	25
3.2 Tugas yang Dilakukan.....	25
3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja	26
3.3.1 Proses Pelaksanaan.....	26
3.3.1.1 <i>Content Writing</i> — Penulisan Artikel	26
3.3.1.2 <i>Content Editing (Video)</i>	29
3.3.1.3 <i>Content Planning</i>	33

3.3.1.4	<i>Content Analytics (Social Media)</i>	35
3.3.1	Kendala yang Ditemukan	37
3.3.2	Solusi atas Kendala yang Ditemukan	39
BAB IV	PENUTUP	41
4.1	Kesimpulan	41
4.2	Saran	42
DAFTAR PUSTAKA		43
LAMPIRAN		45



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Detail Pekerjaan yang Dilakukan.....	25
Tabel 3.2 Timeline dari Pekerjaan yang Dilakukan.....	26

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Universitas Multimedia Nusantara	13
Gambar 2.2 Bagan Struktur Organisasi Rektorat Universitas Multimedia Nusantara.....	15
Gambar 2.3 Bagan Struktur Organisasi Departemen Marketing Universitas Multimedia Nusantara.....	16
Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi.....	25
Gambar 3.2 Artikel-artikel yang dibuat oleh penulis selama periode magang.....	29
Gambar 3.3 <i>Highlight</i> artikel-artikel.....	29
Gambar 3.4 Kegiatan <i>video editing</i> untuk konten YouTube.....	32
Gambar 3.5 Contoh <i>content planning</i> Oktober 2025	35
Gambar 3.6 Instagram Insight akun @universitasmultimedianausantara November, 2025.....	37
Gambar 3.7 Rekapitulasi <i>Social Media Performance</i> tahun 2025	37

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A. SURAT PENGANTAR.....	46
LAMPIRAN B. KARTU MAGANG	47
LAMPIRAN C. DAILY TASK.	48
LAMPIRAN D. VERIFIKASI LAPORAN.....	61
LAMPIRAN E. SURAT PENERIMAAN DARI PERUSAHAAN.	62
LAMPIRAN F. PENGECEKAN HASIL SIMILARITY TURNITIN.	63
LAMPIRAN G. LAMPIRAN PENGECEKAN HASIL AI WRITING TURNITIN.	64
LAMPIRAN H. FORMULIR PENGGUNAAN PERANGKAT KECERDASAN ARTIFISIAL (AI).	65
LAMPIRAN I. SEMUA HASIL KARYA TUGAS	69