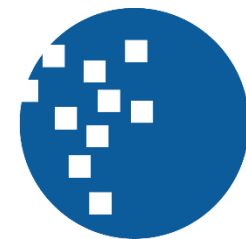


**PERAN CONTENT CREATOR DALAM MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM HOTEL NOVOTEL BANDUNG**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

Nathania Kelila

000000114271

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

2026

**PERAN CONTENT CREATOR DALAM MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM HOTEL NOVOTEL BANDUNG**



LAPORAN MAGANG

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nathania Kelila

000000114271

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

2026

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Nathania Kelila

Nomor Induk Mahasiswa : 000000114271

Program Studi : PJJ Ilmu Komunikasi

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Laporan Magang saya yang berjudul:
PERAN CONTENT CREATOR DALAM MENINGKATKAN BRAND
AWARENESS MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM HOTEL NOVOTEL
BANDUNG

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, 19 Januari 2026



(Nathania Kelila)

HALAMAN PERNYATAAN KEABSAHAN PERUSAHAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nathania Kelila
NIM : 000000114271
Program Studi : PJJ Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

menyatakan bahwa saya melaksanakan kegiatan di:

Nama Perusahaan/Organisasi : PT. KAMARKU NYAMAN
Alamat : Jl. Cihampelas No. 23-25, Cihampelas, Bandung,
Jawa Barat 40171
Email Perusahaan/Organisasi : marketing@novotelbandung.com

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, 19 Januari 2026

Mengetahui




(Bimo Satrio Wicaksono)

Menyatakan



(Nathania Kelila)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan dengan judul

Peran Content Creator Dalam Meningkatkan Brand Awareness Melalui Media Sosial Instagram Hotel Novotel Bandung

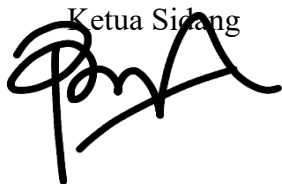
Oleh

Nama : Nathania Kelila
NIM : 000000114271
Program Studi : PJJ Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 19 Januari 2026
Pukul 14.00 s/d 15.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Riatun, S.Sos., M. Ilkom
NIDN 0302077803

Penguji



Mujiono Sandim, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIDN 031508802

Pembimbing



Riatun, S.Sos., M. Ilkom
NIDN 0302077803

Ketua Program Studi PJJ Ilmu Komunikasi



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

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Nathania Kelila
NIM : 000000114271
Program Studi : PJJ Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : Peran Content Creator Dalam Meningkatkan Brand Awareness Melalui Media Sosial Instagram Hotel Novotel Bandung

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, 19 Januari 2026

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



(Nathania Kelila)

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas selesainya penulisan laporan MBKM ini dengan judul: “Peran Digital Marketing Dalam Meningkatkan Brand Awareness Melalui Media Sosial Instagram Hotel Novotel Bandung” yang dilaksanakan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar S1 Pendidikan Jarak Jauh Ilmu Komunikasi pada fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Penulis sadar tidak bisa melakukannya sendiri tanpa adanya bantuan dan bimbingan dari beberapa pihak mulai dari awal perkuliahan hingga tersusunnya tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan penguatan dan penyertaan-Nya untuk penulis.
2. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
3. Bapak Dr. Rismi Juliadi, ST., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Helga Liliani Cakra Dewi, S.I.Kom., M.Comm., selaku Ketua Program Studi PJJ Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
5. Ibu Riatun, S.Sos., M. Ilkom., sebagai Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan magang ini.
6. Bapak Fahmi, Ibu Ratih, Bapak Andre, Tim Sales & Marketing, serta seluruh karyawan Novotel Bandung yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu, yang telah memberi arahan serta ilmu terkait dunia bekerja dalam membantu penulis berkembang
7. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan magang ini.
8. Teman-teman terdekat penulis yang juga memberikan dukungan moral sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat menjadi bahan referensi bagi mahasiswa yang akan melaksanakan magang serta memberikan gambaran mengenai penerapan teori perkuliahan ke dalam praktik kerja secara nyata.

Tangerang, 8 Januari 2026



(Nathania Kelila)



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERAN CONTENT CREATOR DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM HOTEL NOVOTEL BANDUNG

(Nathania Kelila)

ABSTRAK

Laporan magang ini membahas pelaksanaan kerja magang di Hotel Novotel Bandung, khususnya pada divisi Sales & Marketing dengan fokus pada pengelolaan media sosial Instagram. Pemilihan Novotel Bandung sebagai tempat magang didasarkan pada reputasinya sebagai hotel bintang empat yang aktif menerapkan strategi digital marketing untuk meningkatkan brand awareness dan engagement melalui media sosial. Selama masa magang, penulis terlibat langsung dalam proses pembuatan konten digital, mulai dari perencanaan ide, pengambilan gambar, proses editing, hingga evaluasi performa konten menggunakan fitur analitik Instagram. Dalam pelaksanaannya, penulis menghadapi beberapa kendala, antara lain keterbatasan waktu produksi konten, keterlambatan persetujuan konten, penyesuaian dengan standar visual brand, serta keterbatasan bahan konten akibat kondisi operasional hotel. Kendala tersebut diatasi dengan memanfaatkan template editing untuk efisiensi waktu, menyesuaikan jadwal unggahan, berkomunikasi secara aktif dengan mentor, serta mengembangkan ide konten alternatif sesuai situasi. Melalui kegiatan magang ini, penulis memperoleh pemahaman praktis mengenai alur kerja profesional di bidang digital marketing, pentingnya konsistensi branding, serta peran media sosial dalam membangun brand awareness. Selain itu, penulis juga mengembangkan softskill dan hardskill yang relevan dengan kebutuhan industri perhotelan dan media digital.

Kata kunci: *Content Creator, Brand Awareness, Media Sosial*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

***THE ROLE OF CONTENT CREATOR IN INCREASING BRAND
AWARENESS THROUGH INSTAGRAM SOCIAL MEDIA AT
NOVOTEL BANDUNG HOTEL***

(Nathania Kelila)

ABSTRACT

This internship report discusses the implementation of an internship at Novotel Bandung Hotel, specifically in the Sales & Marketing division with a focus on Instagram social media management. Novotel Bandung was chosen as the internship site due to its strong reputation as a four-star hotel that actively implements digital marketing strategies to enhance brand awareness and engagement through social media. During the internship, the writer was directly involved in digital content creation processes, including idea planning, video shooting, editing, and performance evaluation using Instagram analytics features. Several challenges were encountered during the internship, such as limited time for content production, delays in content approval, adaptation to brand visual standards, and limited content materials due to hotel operational conditions. These challenges were addressed by utilizing editing templates to improve efficiency, adjusting posting schedules, maintaining active communication with mentors, and developing alternative content ideas based on situational needs. Through this internship experience, the writer gained practical insights into professional workflows in digital marketing, the importance of branding consistency, and the role of social media in building brand awareness. This internship also contributed to the development of relevant soft skills and hard skills required in the hospitality and digital media industry.

Keywords: Content Creator, Brand Awareness, Social Media

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEABSAHAN PERUSAHAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	viiviii
<i>ABSTRACT</i>	iiix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....	1
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	4
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	7
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	7
2.1.1 Visi Misi Perusahaan	8
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	9
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....	11
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	11
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	12
3.3 Kendala yang Ditemukan	28
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	28
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	30
4.1 Simpulan.....	30
4.2 Saran.....	31
DAFTAR PUSTAKA.....	7
LAMPIRAN	8

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo Novotel Bandung.....	9
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Hotel Novotel	10
Gambar 3. 1 Contoh hasil karya #postoftheday dalam bentuk Instagram Story ...	14
Gambar 3. 2 Hasil karya konten promosi Matcha Series berbentuk Reels Instagram.....	15
Gambar 3. 3 Hasil karya konten Batik In Bloom berbentuk Reels Instagram	15
Gambar 3. 4 Dokumentasi Live Instagram untuk campaign NanoVakansi.....	16
Gambar 3. 5 Hasil video kenang-kenangan untuk Bapak GM.....	17
Gambar 3. 6 Hasil video rekap event internal: General Talent Meeting (kiri) dan Heartist Gratitude Week (kanan).....	17
Gambar 3. 7 Hasil poster Matcha Series yang penulis kerjakan	19
Gambar 3. 8 Dokumentasi kegiatan penulis photoshoot produk.....	20
Gambar 3. 9 Hasil karya poster menu All Day Vibes	20
Gambar 3. 10 Design poster menu terbaru restaurant	21
Gambar 3. 11 Hasil karya menu tent card.....	21
Gambar 3. 12 Hasil karya kartu ucapan yang diunggah ke Instagram Story	22
Gambar 3. 13 Design sertifikat yang penulis buat mengikuti guidelines Novotel Bandung	24
Gambar 3. 14 Design table name untuk event PAMA	24
Gambar 3. 15 Design room voucher.....	25
Gambar 3. 16 Contoh layout 1/3 ballroom.....	25
Gambar 3. 17 Contoh lunch voucher untuk event Kibar BJB.....	26
Gambar 3. 18 <i>Contoh flat parking</i> untuk event UNISBA.....	26
Gambar 3. 19 Contoh design birthday menu untuk keperluan klien	27

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Pengantar MBKM 01	8
Lampiran B Kartu MBKM 02	9
Lampiran C Daily Task MBKM 03	10
Lampiran D Lembar Verifikasi Laporan MBKM 04	21
Lampiran E Surat Penerimaan Magang	22
Lampiran F Pengecekan Hasil Turnitin & AI Turnitin	23
Lampiran G Semua Hasil Karya Tugas yang Dilakukan Selama Kerja Magang.....	24

