

KERJA PRAKTIK
PERAN *CONTENT PRODUCTION* DALAM PENINGKATAN *ENGAGEMENT*
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN TIKTOK PADA @peduly_id



Oleh:

MEIDELIN OMEGA

NRP.1423022008

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA

2025

KERJA PRAKTIK
PERAN *CONTENT PRODUCTION* DALAM PENINGKATAN *ENGAGEMENT*
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN TIKTOK PADA @peduly_id



Oleh:

MEIDELIN OMEGA

NRP.1423022008

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA

2025

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Meidelin Omega

NRP : 1423022008

Progrma Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam laporan kerja praktik yang berjudul:

PERAN CONTENT PRODUCTION DALAM PENINGKATAN ENGAGEMENT MEDIA

SOSIAL INSTAGRAM DAN TIKTOK PADA @peduly_id

Asalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumber. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku di fakultas, maupun universitas. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran.

Surabaya,

Penulis,



Meidelin Omega

NRP. 1423022008

HALAMAN PERSETUJUAN
PERAN *CONTENT PRODUCTION* DALAM PROSES PEMBUATAN
KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN TIKTOK PADA @peduly_id

OLEH:
MEIDELIN OMEGA
NRP: 1423022008

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING,



Dr. Nanang Krisdinanto, Drs.,M.Si.

NIDN.0726126602

Tanggal: 24 November 2025

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI,



Dr.Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN.0719078401

HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN TUGAS AKHIR KERJA PRAKTIK YANG DITULIS OLEH:

MEIDELIN OMEGA NRP: 1423022008

TELAH DIUJI PADA TANGGAL 24 NOVEMBER 2025 DAN DINYATAKAN

LULUS OLEH TIM PENGUJI

KETUA TIM PENGUJI



Putra Aditya Lapalelo, S.I.Kom., M.Med.Kom.

NIDN.0731039501

MENGETAHUI;

DEKAN,



Dr.Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN..0719078401

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Meidelin Omega
NRP : 1423022008
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Dengan ini SETUJU karya ilmiah saya dengan judul :

"PERAN *CONTENT PRODUCTION* DALAM PENINGKATAN *ENGAGEMENT* MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN TIKTOK PADA @peduly_id"

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan undang-undang Hak Cipta. Demikian pernyataan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 3 Desember 2025

Yang mengetahui,



Meidelin Omega

NRP. 1423022008

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang selalu memberikan rahmat dan berkat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan kegiatan Kerja Praktik di Peduly Indonesia selama 3 (tiga) bulan. Selain penulis sudah berhasil menyelesaikan Laporan Kerja Praktik Lapangan dengan judul “*PERAN CONTENT PRODUCTION DALAM PENINGKATAN ENGAGEMENT MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN TIKTOK PADA @peduly_id*”. Terima kasih sebesar-besarnya penulis ucapkan kepada Peduly, khususnya team dan divisi Digital Marketing karena sudah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan Kerja Praktik dan telah bekerja sama dengan penulis. Terima kasih kepada orang tua yang sudah selalu mendukung, mendoakan, dan selalu memberikan kekuatan untuk menyelesaikan semuanya. Terima kasih juga kepada seluruh dosen dan staf Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya atas segala bimbingan dan bantuan selama proses Kegiatan Kerja Praktik.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan kasih-Nya, penulis dapat menyelesaikan proposal kerja praktik ini dengan baik. Proposal ini disusun sebagai syarat untuk melaksanakan kegiatan kerja praktik yang telah dilaksanakan di Peduly Indonesia. Melalui pengalaman ini, penulis mendapatkan banyak pelajaran berharga mengenai dunia kerja, khususnya di bidang komunikasi dan media, serta bagaimana menerapkan ilmu yang didapatkan di perkuliahan ke dalam praktik nyata. Penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada pihak kampus, dosen pembimbing, serta seluruh tim dari Peduly Indonesia yang telah memberikan bimbingan, kesempatan, dan dukungan selama pelaksanaan kerja praktik hingga penyusunan laporan ini. Selain itu Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh teman-teman yang telah hadir dan membantu saat proses pengerjaan Laporan Kerja Praktik ini. Penulis juga menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat dan menjadi pengalaman berharga untuk ke depannya.

1. Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat dan karunia-Nya yang senantiasa memberikan kekuatan, kesehatan, kemudahan dan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan ini dengan baik.
2. Bunda, Ayah dan keluarga terimakasih untuk selalu memberikan dukungan dan doa .

3. Dr.Nanang Krisdinanto, Drs.,M.Si. yang telah membimbing dengan sangat baik.
4. Seluruh pihak Peduly Indonesia yang telah memberikan kesempatan untuk belajar, dan terimakasih juga untuk pengalaman berharga selama kerja praktik berlangsung.
5. Terima kasih juga kepada TII Jossie, Caca, Patrice, Kilau, Rutzy, Nana, dan Mario yang telah membantu dan hadir saat penulis membuat naskah laporan Kerja Praktik ini.

Penulis menyadaribahwa laporan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan karya ini. Semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi pembaca maupun pihak-pihak yang berkepentingan.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Bidang Kerja Praktik	6
1.3 Tujuan Kerja Praktik	6
1.4 Manfaat Kerja Praktik	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	7
1.5 Tinjauan Pustaka	7
1.5.1 Content Planner dan Content Production	7
1.5.2 Media Sosial	9
BAB II	11
RENCANA PELAKSANAAN	11
II.1 Lokasi Kerja Praktik	11
II.2 Waktu dan Pelaksanaan Kerja Praktik	16
Tabel II.1	16
Tabel Kegiatan Harian	16
II.3 Hasil Temuan	22
BAB III	37
PEMBAHASAN	37
III.1 <i>Content Planner</i> dalam Produksi Konten	37
III. 2 Aktivitas Content Planner dalam Divisi Digital Marketing	38
BAB IV	49
KESIMPULAN DAN SARAN	49
IV.1 Kesimpulan	49
LAMPIRAN	52
DAFTAR PUSTAKA	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Logo Peduly	11
Gambar II.2 Struktur Organisasi Peduly	13
Gambar II.3 Team Digital Marketing	21
Gambar II.4 <i>Content Calender</i>	22
Gambar II.5 <i>Copywriting Weekly Rewind</i>	23
Gambar II.6 <i>Copywriting Weekly Recap</i>	24
Gambar II.7 <i>Copywriting Peduly in Action</i>	25
Gambar II.8 <i>Copywriting Content</i> Selingan Tiktok dan Instagram	26
Gambar II.9 <i>Copywriting Content</i> Hiburan	27
Gambar II.10 Report mingguan	28
Gambar II.11 Campaign 100 Follow = 1 Baju	30
Gambar II.12 <i>Content Campaign</i>	31
Gambar II.13 Team Webinar #ImpactTogether	32
Gambar II.14 <i>Google Form</i> Jumlah Peserta	33
Gambar II.15 <i>Content</i> promosi webinar	34
Gambar III.1 <i>Content Plan @peduly_id</i>	37
Gambar III.2 <i>Copywriting Content Weekly Rewind</i> September	38
Gambar III.3 <i>Copywriting Weekly Recap</i> September	39
Gambar III.4 <i>Copywriting Peduly in Action</i> September	40
Gambar III.5 <i>Copywriting Content</i> Selingan Tiktok dan Instagram	41
Gambar III.6 <i>Copywriting Content</i> Hiburan	42

Gambar III.7 <i>Content Campaign</i> “100 Follow = 1 Baju diberikan”	43
Gambar III.8 <i>Contentwriting Campaign</i> 100 follow = 1 baju dibagikan	44
Gambar III.9 Rundown Kegiatan Webinar	45
Gambar III.10 Group WhatsApp Peserta	46
Gambar III.11 <i>Copywriting Content</i> Webinar #ImpactTogether	47

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Tabel Kegiatan Harian	14
---------------------------------------	----

ABSTRAK

Kerja praktik ini bertujuan untuk memahami secara mendalam peran strategis content planner dalam merancang dan mengelola konten media sosial Instagram dan TikTok pada akun @peduly_id. Peduly merupakan organisasi sosial berbasis digital yang berfokus pada penggalangan dana dan kegiatan kerelawanan yang menuntut transparansi tinggi terhadap publik. Dalam konteks ini, content planner tidak hanya berperan dalam membuat ide konten, tetapi juga menyusun pesan komunikasi yang mampu membangun kepercayaan publik terhadap kredibilitas Peduly. Selama kerja praktik, penulis terlibat dalam penyusunan kalender konten, penentuan gaya bahasa dan narasi, penulisan copywriting, perencanaan visual bersama tim desain, hingga analisis performa konten. Selain itu, content planner berperan langsung dalam merancang kampanye strategis seperti “100 Follow = 1 Baju” yang berhasil meningkatkan engagement dan memperkuat citra Peduly sebagai organisasi yang aktif menebarkan aksi kebaikan. Hasil kerja praktik menunjukkan bahwa keberhasilan strategi komunikasi Peduly sangat bergantung pada perencanaan konten yang sistematis, konsisten, dan relevan dengan karakter audiens. Dengan demikian, content planner menjadi elemen kunci dalam menjaga citra organisasi, meningkatkan awareness, dan membangun kepercayaan donatur serta relawan.

Kata Kunci: Content Planner, Strategi Konten, Peduly.

ABSTRACT

This internship aims to provide a deeper understanding of the strategic role of a content planner in designing and managing social media content for the Instagram and TikTok accounts of @peduly_id. Peduly is a digital-based social organization focused on online fundraising and volunteer activities, which requires a high level of transparency to gain public trust. In this context, the content planner does not merely generate ideas but also constructs communication messages capable of strengthening Peduly's credibility in the public eye. Throughout the internship, the author was involved in creating content calendars, determining narrative direction and tone, writing copywriting, coordinating visual execution with the design team, and analyzing content performance. Additionally, the content planner played a central role in designing strategic campaigns such as "100 Followers = 1 Shirt," which successfully increased audience engagement and reinforced Peduly's identity as an organization committed to spreading positive social impact. The results indicate that Peduly's communication effectiveness relies heavily on structured, consistent, and audience-oriented content planning. Therefore, the content planner serves as a key element in maintaining organizational image, increasing awareness, and building trust among donors and volunteers.

Keywords: Content Planner, Content Strategy, Peduly