

LAPORAN KERJA PRAKTIK

PERAN DIVISI KREATIF DALAM PRODUKSI

KONTEN YOUTUBE DAN INSTAGRAM ULF MEDIA



Disusun Oleh:

Nadya Larissa Metri Budiono

NRP. 1423022104

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

SURABAYA

2025

PERAN DIVISI KREATIF DALAM PRODUKSI KONTEN YOUTUBE DAN INSTAGRAM ULF MEDIA

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya**



Disusun Oleh:

Nadya Larissa Metri Budiono

NRP. 1423022104

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

2025

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nadya Larissa Metri Budiono

NRP : 1423022104

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

**“Peran Divisi Kreatif dalam Produksi Konten YouTube dan Instagram
ULF Media”**

adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya dari pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiasi, maka saya rela gelar keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 25 November 2025

Penulis



Nadya Larissa Metri Budiono

NRP. 1423022104

HALAMAN PERSETUJUAN

“PERAN DIVISI KREATIF DALAM PRODUKSI KONTEN YOUTUBE DAN INSTAGRAM ULF MEDIA”

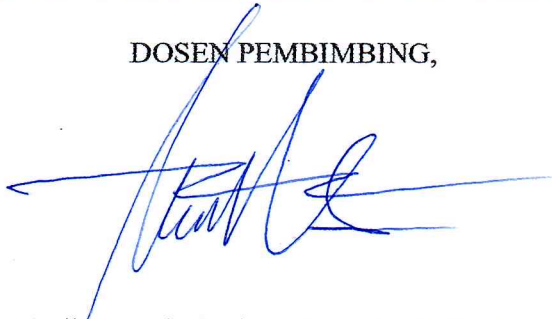
OLEH:

NADYA LARISSA METRI BUDIONO

NRP. 1423022104

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING,

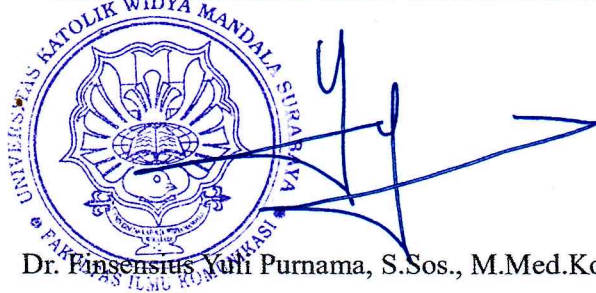


Merlina Maria Barbara Apul, S.I.Kom., M.A.

NIDN. 0706069204

Tanggal: 25 November 2025

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI



Dr. Piusensius Yuni Purnama, S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN. 0719078401

HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN TUGAS AKHIR KERJA PRAKTIK YANG DITULIS OLEH:

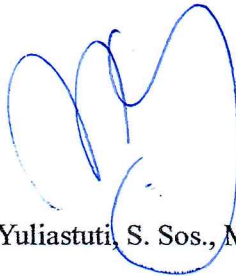
NADYA LARISSA METRI BUDIONO

NRP. 1423022104

TELAH DIUJI PADA HARI RABU, 19 NOVEMBER 2025 DAN DINYATAKAN

LULUS OLEH TIM PENGUJI

KETUA TIM PENGUJI

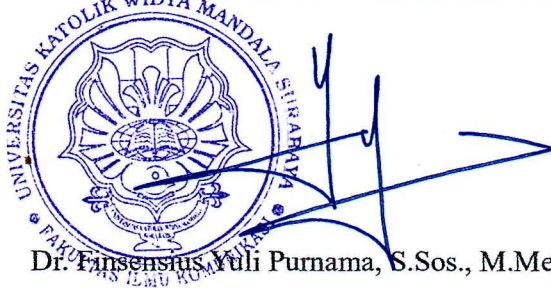


Maria Yuliasuti, S. Sos., M. Med.Kom.

NIDN. 0707078607

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI



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

NIDN. 0719078401

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya:

Nama : Nadya Larissa Metri Budiono

NRP : 1423022104

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Dengan ini **SETUJU** Karya Ilmiah saya, dengan judul:

**“PERAN DIVISI KREATIF DALAM PRODUKSI KONTEN YOUTUBE
DAN INSTAGRAM ULF MEDIA”**

Untuk dipublikasikan serta ditampilkan di Internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan undang-undang Hak Cipta yang berlaku.

Demikian surat pernyataan **SETUJU** publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 25 November 2025

Yang membuat pernyataan,



Nadya Larissa Metri Budiono

NRP. 1423022104

HALAMAN PERSEMBAHAN

Laporan Kerja Praktik ini penulis persembahkan kepada sang Tiratana (Buddha, Dhamma, dan Sangha), karena atas segala limpahan kasih dan berkahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan kerja praktik yang berjudul **“Peran Divisi Kreatif dalam Produksi Konten YouTube dan Instagram ULF Media”** ini. Dalam perjalanan menyelesaikan Kerja Praktik selama 3 bulan di ULF Media ini, penulis telah mendapat banyak bantuan dari kedua orang tua, teman teman terkasih, dosen pembimbing Ibu Merlin, dan rekan-rekan dari ULF Media sehingga penulis juga dapat menyelesaikan laporan ini dengan tepat waktu. Laporan ini masih jauh dari kata sempurna, namun penulis berharap laporan kerja praktik ini dapat bermanfaat bagi pembaca, dan menjadi saksi perjalanan penulis dalam usaha meraih gelar sarjana dan menyelesaikan pendidikan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Atas dukungan, bimbingan, dan bantuan yang telah diberikan dari seluruh pihak, penulis ucapkan terima kasih sebesar-besarnya.

KATA PENGANTAR

Terima kasih kepada Sang Tiratana (Buddha, Dhamma, Sangha), kekuatan *kamma* baik, serta kepada para dewa yang telah berkenan membantu penulis dalam penyusunan laporan kerja praktik sebagai salah satu syarat agar penulis mendapatkan gelar S.I.Kom di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Penyusunan laporan kerja praktik ini tak luput dari dukungan, bantuan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Maka dari itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada seluruh pihak yang tercantum di bawah ini:

1. Kedua orang tua dan segenap keluarga tercinta, terima kasih atas segala dukungan secara moral dan material yang tidak dapat diukur selama perjalanan penulis menyelesaikan laporan kerja praktik ini.
2. Dosen pembimbing sekaligus Kaprodi Ilmu Komunikasi, Ibu Merlina Maria Barbara Apul, S.I.Kom., M.A., terima kasih karena sudah sabar dan setia dalam membimbing dan menuntun penulis agar menyelesaikan laporan ini dengan baik, sehingga laporan ini dapat selesai tepat waktu.
3. Ce Jesica Aprilliana (Jebo) selaku *head of* JPT Event Partner, terima kasih karena sudah memperkenalkan penulis kepada ULF Media, sehingga penulis dapat menjalankan program kerja praktik di perusahaan tersebut.
4. Ko Samuel selaku CEO dari ULF Group dan Kak Mario selaku Direktur Operasional, terima kasih karena sudah menerima dan memperbolehkan penulis untuk melaksanakan kerja praktik di ULF Media. Penulis sangat

berterima kasih atas segala kesempatan dan kepercayaan yang telah diberikan selama penulis menjadi anak magang di ULF Media.

5. Mentor sekaligus *creative director* di ULF Media, Kak Aldo, terima kasih untuk seluruh bimbingan dan kesempatan yang telah diberikan, sehingga penulis mendapatkan banyak sekali pengalaman baru saat menjalankan kerja praktik di ULF Media.
6. Rekan-rekan ULF Media, terkhusus yang paling sering berurusan dengan penulis (Kak Ucup, Kak Erlan, Kak Tarra, Kak Gufron), terima kasih karena sudah menerima penulis dengan baik, dan terima kasih atas segala motivasi kehidupan yang telah diberikan.
7. Teman-teman seperjuangan magang, Sabitah dan Fraderikh dari UKP, serta Michael dari UKWMS, terima kasih karena sudah turut mewarnai hari-hari penulis selama menjalankan kerja praktik di ULF Media. Terima kasih untuk seluruh kopi dan jajan yang membuat studio ULF Media mendapat sebutan sebagai “ruangan nyamil”.
8. Teman-teman grup “Kel 2 PMCK” (Kenya, Vannesiya, Vania, Valerie) yang terbentuk karena mata kuliah PMCK dan berakhir sebagai grup curhat, terima kasih karena sudah menjadi sobat perjuangan penulis dalam mengusahakan kelulusan 3,5 tahun, dan terima kasih karena sudah menguatkan penulis di kala posisi ingin menyerah.
9. Kedua teman SMP yang seiring berjalannya waktu juga menjadi sahabat dekat penulis, Oline dan Amel, terima kasih karena sudah ada dan menjadi saksi perjuangan jatuh-bangun penulis. Terima kasih untuk

segala toleransi dan kata-kata mutiara yang telah disampaikan, juga untuk seluruh waktu yang disempatkan di sela-sela kesibukan magang agar dapat makan malam bersama sepulang kegiatan magang.

10. Kepada seluruh pihak yang telah terlibat selama perjalanan penulis menempuh pendidikan Sarjana ini, terima kasih untuk semua pengalaman, pelajaran, tawa, maupun air mata yang telah diberikan selama ini. Semoga teman-teman selalu dihamperi oleh hal-hal baik, sebagaimana kalian berusaha menjadi lebih baik setiap harinya.

Surabaya, 10 November 2025

Nadya Larissa M. B. (22104)

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Bidang Kerja Praktik.....	4
I.3 Tujuan Kerja Praktik	4
I.4 Manfaat Kerja Praktik.....	5
I.4.1 Manfaat Teoritis	5
I.4.2 Manfaat Praktis	5
I.5 Tinjauan Pustaka	5
I.5.1 YouTube dan Instagram sebagai Media Sosial	5
I.5.2 Konten Digital dalam Media Sosial	11
I.5.3 Peran Divisi Kreatif.....	13
I.5.4 Proses Produksi oleh Divisi Kreatif.....	14
BAB II HASIL DAN PEMBAHASAN KERJA PRAKTIK	18
II.1 Gambaran Umum Perusahaan Tempat Kerja Praktik	18
II.1.1 Profil Perusahaan	18
II.1.2 Identitas Perusahaan.....	19
II.1.3 Visi dan Misi Perusahaan	19
II.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan	20

II.2	Waktu dan Pelaksanaan Kerja Praktik	21
II.3	Hasil atau Temuan.....	30
II.3.1	Produksi Konten di YouTube dan Instagram ULF Media.....	31
II.3.2	Proses Produksi dalam Seluruh Program ULF Media	36
II.3.3	Pelaksanaan IP Event Raketin Cup 2025	37
BAB III	PEMBAHASAN	40
III.1	Penggunaan Media Sosial YouTube dan Instagram	40
III.1.1	Penggunaan <i>Platform</i> YouTube.....	40
III.1.2	Penggunaan <i>Platform</i> Instagram.....	42
III.2	Konten Digital (IP) ULF Media.....	43
III.2.1	<i>Intellectual Property</i> Instagram	43
III.2.2	<i>Intellectual Property</i> YouTube	45
III.3	Peran Divisi Kreatif di ULF Media.....	46
III.4	Proses Produksi oleh Divisi Kreatif.....	48
III.4.1	Proses Pra Produksi.....	48
III.4.2	Proses Produksi	50
III.4.3	Proses Pasca Produksi	52
BAB IV	KESIMPULAN DAN SARAN	54
IV.1	Kesimpulan	54
IV.2	Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA		56
LAMPIRAN		57

DAFTAR TABEL

Tabel II. 1 Log Book Kegiatan Kerja Praktik	21
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1 Perusahaan ULF Group	19
Gambar II. 2 Logo ULF Media	20
Gambar II. 3 Struktur Perusahaan ULF Media	20
Gambar II. 4 Akun YouTube ULF Media	32
Gambar II. 5 Akun Instagram ULF Media.....	34
Gambar II. 6 Akun Instagram Komentaryuk	34
Gambar II. 7 Contoh Konten Hiburan.....	35
Gambar II. 8 Contoh Konten Berita.....	35
Gambar II. 9 Followers bulan Juni 2025.....	36
Gambar II. 10 Followers bulan September 2025	36
Gambar II. 11 Penulis saat Menjadi Talent untuk Konten Instagram	37
Gambar II. 12 Poster Raketin Cup 2025	38
Gambar III. 1 Durasi, thumbnail, dan headline Program YouTube	41
Gambar III. 2 Teaser, Clip, dan Konten Original Instagram	42
Gambar III. 3 IP Akun Instagram ULF Media	44
Gambar III. 4 IP Program YouTube ULF Media	45
Gambar III. 5 Banking Soal Kuwis-kuwis.....	49
Gambar III. 6 Pencarian Talent oleh Talent Coordinator	50
Gambar III. 7 Tampilan Shooting Program Kuwis-kuwis dari kamera	51
Gambar III. 8 Soal Kuwis-kuwis setelah diedit	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pelaksanaan Raketin Cup 2025	57
Lampiran 2 Shooting Program “Dipanggil Sam”	58
Lampiran 3 Briefing dengan talent Kuwis-kuwis	59
Lampiran 4 Folder Komentaryuk Bulan Juni 2025	60
Lampiran 5 Folder Komentaryuk bulan Juli 2025	61
Lampiran 6 Folder Komentaryuk bulan Agustus 2025	62
Lampiran 7 Folder Komentaryuk bulan September 2025	63
Lampiran 8 Asset Kuwis-kuwis	64
Lampiran 9 Clip Kuwis-kuwis	65
Lampiran 10 30 Soal Kuwis-kuwis (Edisi kemerdekaan).....	66
Lampiran 11 ID Card peserta Raketin Cup 2025	67
Lampiran 12 Looping logo sponsor Raketin Cup 2025	68
Lampiran 13 Surat penerimaan kerja praktik.....	69
Lampiran 14 Lembar penilaian kerja praktik.....	70

ABSTRAK

Nadya Larissa Metri Budiono, 1423022104. Peran Divisi Kreatif dalam Produksi Konten YouTube dan Instagram ULF Media.

Laporan ini mendeskripsikan peran divisi kreatif dalam proses produksi konten YouTube dan Instagram ULF Media. Divisi kreatif bertanggung jawab untuk mengonsep, mengeksekusi, mempublikasi, serta memastikan seluruh proses saat produksi program atau konten dapat berjalan dengan lancar dan sesuai dengan standar kualitas perusahaan. Proses produksi meliputi seluruh kegiatan yang dilakukan sampai sebuah konten atau program dapat dipublikasi, mulai dari pra produksi, produksi, sampai pasca produksi. Sebagai *homeless* media, ULF Media telah menjalankan seluruh rangkaian produksi dengan cukup baik untuk seluruh *intellectual property* yang dimilikinya. ULF Media menonjolkan media sosial YouTube dan Instagram, sebagai sarana untuk mempublikasikan programnya. Konten digital sekaligus *intellectual property* yang dimiliki oleh ULF Media adalah berupa akun tiga Instagram, enam program YouTube, dan dua *event* yang dilaksanakan secara *online* maupun *offline*. Proses produksi pada divisi kreatif di ULF Media telah menunjukkan perkembangan yang semakin baik setiap harinya, mulai dari segi *development* program dan ide awal, proses produksi yang semakin efektif, juga *editing* program yang semakin berkembang dan interaktif. Dalam pelaksanaan praktiknya, ULF Media juga memerlukan panduan yang lebih jelas agar program yang dihasilkan tetap sesuai dengan kualitas perusahaan, sehingga ULF Media perlu memiliki *timeline* dan *deadline* yang jelas untuk seluruh programnya.

Kata kunci: Peran Divisi Kreatif, Proses Produksi Konten, Konten digital, *Intellectual Property*, ULF Media