

LAPORAN KERJA PRAKTIK
Peran Social Media Manager & Content Creator
dalam Peningkatan Konten Brand Madube



Disusun oleh:

Kezia Aideline Handoko – 1423022018

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

2025

LAPORAN KERJA PRAKTIK
PERAN SOCIAL MEDIA MANAGER & CONTENT CREATOR
DALAM PENINGKATAN KONTEN BRAND MADUBE
Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya



Disusun oleh:
Kezia Aideline Handoko
1423022018

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
2025

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kezia Aideline Handoko

NRP : 1423022018

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa laporan kerja praktik saya yang berjudul:

PERAN SOCIAL MEDIA MANAGER & CONTENT CREATOR

DALAM PENINGKATAN KONTEN BRAND MADUBE

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri. Apabila nanti di kemudian hari terbukti bahwa karya tulis saya ini merupakan hasil plagiarisme, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku di jurusan, fakultas, maupun universitas.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran

Surabaya, 10 Desember 2025

Yang membuat pernyataan,



Kezia Aideline Handoko

NRP. 1423022018

HALAMAN PERSETUJUAN
PERAN SOCIAL MEDIA MANAGER & CONTENT CREATOR
DALAM PENINGKATAN KONTEN BRAND MADUBE

OLEH:

Kezia Aideline Handoko

NRP. 1423022018

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING



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

NIDN. 0731039501

TANGGAL 10 DESEMBER 2025

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI



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

NIDN. 0719078401

LEMBAR PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Kezia Aideline Handoko

NRP : 1423022018

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Dengan ini **SETUJU** Laporan Kerja Praktik saya, dengan judul:

Peran Social Media Manager & Content Creator

dalam Peningkatan Konten Brand Madube

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 persetujuan publikasi karya ilmiah saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 10 Desember 2025

Yang menyatakan,



Kezia Aideline Handoko

NRP. 1423022018

HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN TUGAS AKHIR KERJA PRAKTIK YANG DITULIS OLEH:

Kezia Aideline Handoko

NRP. 1423022018

TELAH DIUJI PADA HARI RABU, 10 DESEMBER 2025

DAN DINYATAKAN LULUS OLEH TIM PENGUJI

KETUA TIM PENGUJI

Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom.

NIDN. 0725058704

MENGETAHUI:

DEKAN



Dr. Finsensus Vuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN. 0719078401

KATA PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kasih dan pertolonganNya sehingga laporan kerja praktik ini dapat terselesaikan dengan baik. Laporan ini saya persembahkan kepada orang tua, keluarga, dosen pembimbing, serta atasan saya di Madube yang telah memberikan doa, dukungan, dan kesempatan berharga selama proses kerja praktik sebagai *content creator*.

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yesus atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan kerja praktik ini, yang disusun sebagai salah satu syarat untuk menerima gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Dalam proses penyusunan, penulis mendapat banyak bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Orang tua penulis, Ary Handoko dan Ester Tuti Nugroho yang tidak henti-hentinya selalu memberikan dukungan dalam berbagai bentuk hingga selesainya laporan kerja praktik untuk syarat memperoleh gelar sarjana, mereka yang tak henti-hentinya mengingatkan dan memberikan doa untuk tetap semangat hingga studi ini selesai.
2. Saudara penulis, Beatrice Kerenhapukh Handoko dan Otniel William Handoko atas dukungan moralnya.
3. Bapak Aditya Putra Lapalelo selaku dosen pembimbing, atas arahan dan masukan yang sangat berarti.
4. Bapak Fins selaku Dekan Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
5. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah memberikan dukungan mental

6. Teman-Teman Fikomers 2022 yang terdekat, Olivia Budiman, Cathlin Keisha, Brigitta Snezana, Ruth Natasha, Kharis Gea, Sharon Felicia, Marieta Vina yang selalu berbagi informasi, masukan, dukungan dan keluh kesah selama proses penyusunan skripsi berlangsung.
7. Berbagai pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu. Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada kalian semua karena telah mendukung penulis dalam menyelesaikan penyusunan laporan ini. Semoga Tuhan senantiasa memberikan berkat bagi kalian semua.

DAFTAR ISI

LAPORAN KERJA PRAKTIK.....	i
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
KATA PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Bidang Kerja Praktik.....	5
I.3 Tujuan Kerja Praktik.....	5
I.4 Manfaat Kerja Praktik.....	5
I.4.1 Teoritis.....	5
I.4.2 Praktis.....	6
I.5 Tinjauan Pustaka	6
I.5.1 Proses Produksi Konten.....	6
I.5.1.1 Pra-Produksi: Peran Manajer Media Sosial.....	6
I.5.1.2 Produksi: Content Creator.....	7

I.5.1.3 Pasca-Produksi.....	7
BAB II HASIL DAN PEMBAHASAN KERJA PRAKTIK.....	9
II.1 Gambaran Umum Perusahaan Tempat Kerja Praktik.....	9
II.1.1 Identitas Perusahaan.....	9
II.1.2 Visi Misi Perusahaan.....	10
II.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan	10
II.2 Waktu dan Pelaksanaan Kegiatan Kerja Praktik	12
II.3 Hasil atau Temuan	43
II.3.1 Pra-Produksi: Manajer Media Sosial	43
II.3.2 Produksi: Content Creator.....	44
II.3.3 Pasca-Produksi: Penyuntingan dan Evaluasi.....	45
BAB III PEMBAHASAN	49
III.1 Pra-Produksi	49
III.2 Produksi	51
III.3 Pasca-Produksi	52
BAB IV PENUTUP.....	55
IV.1. Kesimpulan.....	55
IV.2. Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1.1 Urutan Media Sosial Yang Sering Digunakan Di Indonesia	3
Gambar 2.1 Logo dan Lokasi Maps MADUBE	9
Gambar 2.2 Content Plan Instagram @madube.id	44
Gambar 2.3 CapCut @madube.id	46
Gambar 2.4 Canva @madube.id	46
Gambar 2.5 Visual Instagram @madube.id	47
Gambar 2.6 Etalase Shopee MADUBE	48
Gambar 2.7 Campaign Ideas Brainstorming	48
Gambar 2.8 Desain Etalase MADUBE Travel Size	48
Gambar 2.9 Direct Message KOL MADUBE	49
Gambar 3.1 Engagement Instagram @madube.id	54

DAFTAR TABEL

Gambar I.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	10
Gambar I.2.1 Kegiatan Harian.....	13

DAFTAR LAMPIRAN

Gambar 1 Lampiran Penilaian Kerja Praktik	58
---	----

ABSTRAK

Perkembangan era digital mendorong setiap perusahaan untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi dan pemasaran. Madube, sebagai brand madu organik, menggunakan Instagram sebagai platform utama untuk menjangkau konsumen melalui berbagai bentuk konten, seperti feed, reels, dan story. Peran *content creator* dan *social media manager* menjadi sangat penting dalam mengelola strategi *marketing communication* yang bertujuan memperkuat hubungan dengan pelanggan, meningkatkan kesadaran merek, serta membangun citra positif perusahaan.

Kerja praktik ini bertujuan untuk memberikan pengalaman langsung kepada penulis dalam memahami dan menerapkan strategi komunikasi pemasaran digital, khususnya dalam pembuatan konten kreatif dan pengelolaan media sosial. Kegiatan yang dilakukan meliputi pembuatan *content plan*, mendesain, pembuatan ide konten, pengelolaan *engagement* dengan audiens, pengelolaan KOL, serta analisis *social media* terhadap konten yang dipublikasikan. Melalui pengalaman ini, penulis memperoleh wawasan mengenai pentingnya konsistensi branding, kreativitas konten, serta interaksi yang responsif sebagai bagian dari strategi komunikasi pemasaran modern.

Kata kunci: *Content Creator, Social Media Manager, Marketing Communication, Madube*