

**AKTIVITAS *CONTENT CREATOR* DALAM
MENINGKATKAN *BRAND ENGAGEMENT* PADA
*INSTAGRAM ACCOUNT @DBLACADEMY***

LAPORAN KERJA PRAKTIK



Oleh:

**MARIA ISBELLA IMANIAR MAMUAYA
NRP: 1423018212**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2021**

LAPORAN KERJA PRAKTIK

**AKTIVITAS *CONTENT CREATOR* DALAM
MENINGKATKAN *BRAND ENGAGEMENT* PADA
*INSTAGRAM ACCOUNT @DBLACADEMY***

**Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya**



Oleh:

MARIA ISBELLA IMANIAR MAMUAYA

NRP: 1423018212

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2021**

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Maria Isbella Imaniar Mamuaya

NRP : 1423018212

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa laporan kerja praktik yang berjudul :

“AKTIVITAS CONTENT CREATOR DALAM MENINGKATKAN BRAND ENGAGEMENT PADA INSTAGRAM ACCOUNT @DBLACADEMY”

Adalah benar – benar hasil karya saya sendiri. Apabila nanti dikemudian hari terbukti bahwa karya tulis saya ini merupakan hasil plagiarism, 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, 4 Januari 2022

Yang membuat pernyataan,



Maria Isbella Imaniar Mamuaya

NRP. 1423018212

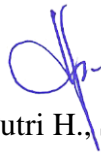
HALAMAN PERSETUJUAN

**AKTIVITAS *CONTENT CREATOR* DALAM MENINGKATKAN
BRAND ENGAGEMENT PADA *INSTAGRAM ACCOUNT*
*@DBLACADEMY***

OLEH:
MARIA ISBELLA IMANIAR MAMUAYA
NRP: 1423018212

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING,



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

NIDN. 0725058704

TANGGAL : 30 NOVEMBER 2021

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI,



Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom, M.Med.Kom

NIDN. 0715108903

HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN TUGAS AKHIR KERJA PRAKTIK YANG DITULIS OLEH:

MARIA ISBELLA IMANIAR MAMUAYA NRP: 1423018212

TELAH DIUJI PADA TANGGAL 15 DESEMBER 2021 DAN DINYATAKAN

LULUS OLEH TIM PENGUJI

KETUA TIM PENGUJI



Akhsaniyah, S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN. 0702087602

MENGETAHUI;

DEKAN,



Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom, M.Med.Kom

NIDN. 0715108903

SURAT PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Maria Isbella Imaniar Mamuaya

NRP : 1423018212

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Tahun Lulus : 2022

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

“AKTIVITAS CONTENT CREATOR DALAM MENINGKATKAN BRAND ENGAGEMENT PADA INSTAGRAM ACCOUNT @DBLACADEMY”

Untuk dipublikasikan atau 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, 4 Januari 2022

Yang membuat pernyataan,



Maria Isbella Imaniar Mamuaya

NRP. 1423018212

KATA PERSEMBAHAN

“There is surely a future hope for you, and your hope will not be cut off.”

-Proverbs 23:18 NIV

Dengan dorongan kekuatan Tuhan dan topangan tangan-Nya. Kita dapat menghadapi segala tantangan dihadapan kita serta Tuhan senantiasa memberi kita kesanggupan untuk bisa menjalani hidup yang penuh rintangan ini dari awal hingga akhir. Selain kesanggupan, kita harus tetap percaya kepada janji-Nya dan tetap melangkah dengan setia.

Surabaya,
Maria Isbella

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat kasih karunia dan damai sejahtera yang dicurahkan untuk penulis selama proses pelaksanaan kerja praktik hingga selesainya laporan ini. Laporan kerja praktik dengan judul *AKTIVITAS CONTENT CREATOR DALAM MENINGKATKAN BRAND ENGAGEMENT PADA INSTAGRAM ACCOUNT @DBLACADEMY* ini sebagai bentuk rangkuman pengalaman penulis dalam pelaksanaan kerja praktik yang telah terlaksana di DBL Academy serta menjadi pemenuhan persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam pelaksanaan kerja praktik ini tidak terlepas dari dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus yang menopang dan menguatkan penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan kegiatan kerja praktik ini.
2. Keluarga yang selalu memberikan dukungan bagi penulis baik berupa hal materi, kasih sayang dan doa yang menyertai selalu.
3. Ibu Theresia Intan Putri H., S.Sos., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing yang selalu memberi arahan dan bimbingan dalam mengerjakan laporan ini hingga dapat selesai dengan baik dan sesuai dengan standart.
4. DBL Academy yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk belajar dan berkembang serta menyelesaikan kegiatan kerja praktik di DBL Academy.

5. Juan, Margaretha, Sella, Jordy, Elysabeth, Cindy, Anjani, dan Sheila, selaku teman dekat penulis yang selalu menjadi penyejuk hati. Terimakasih banyak telah menjadi pendengar setiaku, yang selalu memberikan kekuatan dan selalu menemaniku.
6. Teruntuk Teman-teman Fikomers 2018. Terimakasih untuk kebersamaan yang tercipta dan menjadi bagian dari perjalanan perkuliahanku.
7. Teruntuk teman-temanku dimanapun kalian berada yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Terimakasih untuk segala doa dan semangat yang diberikan kepada penulis.

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
KATA PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR BAGAN.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	1
I.1. Latar Belakang	1
I.2. Bidang Kerja Praktik.....	3
I.3. Tujuan Kerja Praktik	3
I.4. Manfaat Kerja Praktik	4
I.5. Tinjauan Pustaka	4
I.5.1 <i>Content Creator</i>	4
I.5.2 <i>Social Media Marketing Activity</i>	6
I.5.3 <i>Instagram</i>	9
I.5.4 <i>Brand Engagement</i>	13
BAB II. HASIL DAN PEMBAHASAN KERJA PRAKTIK	15
II.1. Gambaran Umum DBL Academy	15
II.1.1 Profil DBL Academy	15
II.1.2 Logo, Visi, Misi, dan Tujuan DBL Academy.....	16
II.1.3 Identitas DBL Academy.....	17

II.1.4 Struktur Organisasi DBL Academy	18
II.2. Waktu dan Pelaksanaan Kegiatan Kerja Praktik	18
II.3. Hasil dan Temuan	26
II.3.1 Akun Instagram DBL Academy	26
II.3.2 <i>Content Creator</i>	27
II.3.3 Membuat Konten Media Sosial Instagram	27
BAB III. PEMBAHASAN	37
III.1. Tahap Proses Produksi Konten Visual dan Audio Visual	37
III.2. Aktivitas <i>Content Creator</i> dalam Meningkatkan <i>Brand Engagement</i>	42
BAB IV. KESIMPULAN DAN SARAN	46
IV.1. Kesimpulan	46
IV.2. Saran.....	47
DAFTAR PUSTAKA.....	48
LAMPIRAN	50

DAFTAR BAGAN

Bagan II.1 Struktur Organisasi DBL Academy	18
--	----

DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Jadwal Kerja dan Kegiatan Selama Kerja Praktik.....	19
--	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Logo DBL Academy	17
Gambar II.2 Akun <i>Instagram DBL Academy Feeds, Reels, IGTV</i>	26
Gambar II.3 Hasil Konten dari 4 Manfaat Oatmeal dan Manfaat Kesehatan Pisang Mas	27
Gambar II.4 Hasil Konten dari Ciri-Ciri Usus Sehat dan 4 Makanan Pembantu Pemulihan Otot	28
Gambar II.5 Hasil Konten dari Mengukur Tingkat Status Gizi dan Manfaat Isotonik	28
Gambar II.6 Penulis melakukan pengambilan video dan pengeditan video	29
Gambar II.7 Hasil Konten <i>Facts Nutrition</i> Tentang Manfaat Vitamin A dan Banana Split	30
Gambar II.8 Tahap Pra-Produksi Instagram Story	31
Gambar II.9 Tahap Produksi Instagram Story	31
Gambar II.10 Tahap Pasca Produksi Instagram Story	32
Gambar II.11 Hasil Desain <i>Weekly Event “Character Building Week”</i> dan <i>Instastory Templates</i>	33
Gambar II.12 Hasil Konten <i>Character Building Week</i> – dari tahap Pra-Produksi hingga Pasca Produksi	33
Gambar II.13 Hasil Poster dan Template <i>IGStory Exclusive Training</i>	34
Gambar II.14 Hasil Konten <i>Exclusive Training</i> – dari tahap Pra-Produksi hingga Pasca Produksi	35
Gambar II.15 Hasil Konten <i>Instagram Story “Exclusive Training”</i>	35
Gambar II.16 Hasil Rancangan Perubahan Desain Website	36
Gambar II.17 <i>Insights DBL Academy</i>	44
Gambar II.18 <i>Accounts Reached DBL Academy</i>	45
Gambar II.19 <i>Accounts Engaged DBL Academy</i>	45

DAFTAR LAMPIRAN

Hasil Konten dari 4 Manfaat Oatmeal dan Manfaat Kesehatan Pisang	51
Hasil Konten dari Ciri-Ciri Usus Sehat dan 4 Makanan Pembantu Pemulihan Otot	51
Hasil Konten dari Mengukur Tingkat Status Gizi dan Manfaat Isotonik	51
Hasil Konten Facts Nutritions	52
Hasil Konten Instagram Story “Daily Class”	52
Hasil Desain “Character Building Week” dan Instastory Templates	52
Hasil Konten “Character Building Week”	53
Hasil Poster dan Template IGStory “Exclusive Training”	53
Hasil Konten Instagram Story “Exclusive Training”	53
Hasil Rancangan Ulang untuk Perubahan Tata Letak Desain Website	55
Dokumentasi Pribadi – Pengambilan Gambar ataupun Video	55
Surat Keterangan Kerja Praktik	56
Penilaian Kerja Praktik	57

ABSTRAK

Kegiatan bermedia sosial pun dilakukan oleh DBL Academy yang bertujuan untuk bisa memberikan informasi, membangun relasi, saling berinteraksi dan menyebarkan konten dengan menggunakan salah satu media yaitu Instagram. Melalui media tersebut, dibutuhkan seorang *content creator* yang dapat menciptakan konten secara visual ataupun audiovisual yang menarik bagi audiens. Tak hanya itu, tentunya dari konten tersebut ialah adanya sebuah aktivitas *social media marketing* yang bertujuan untuk meningkatkan *brand engagement* yang berkaitan dengan teori aktivitas pemasaran media sosial dan keterlibatan merek atau *brand engagement* melalui pemanfaatan media sosial Instagram serta menjalin hubungan yang baik bagi audiens.

Kata Kunci : DBL Academy, *Content Creator*, *Social Media Marketing*, *Brand Engagement*.

ABSTRACT

Social media activities have been done by DBL Academy for the purpose of sharing information, building relationship, interacting with one another, and disseminating content using one of the social media platforms which is Instagram. Through its media, a content creator who could create both visual and audio-visual content that could attract the audience was needed. Furthermore, through its content, there is social media marketing activity that has the purpose of enhancing brand engagement, which is related to social media marketing activity and brand engagement via the use of Instagram, and establishing a good relationship with the audience.

Key words: DBL Academy, Content Creator, Social Media Marketing, Brand Engagement.