

LAPORAN KERJA PRAKTIK

**PERAN *CONTENT CREATOR* DALAM *ENGAGEMENT*  
*MARKETING* PADA *CAVARA DESIGN AND*  
*BRANDING***



OLEH:

ROBERT EUGENE ALEXANDER

1423018009

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

LAPORAN KERJA PRAKTIK

**PERAN *CONTENT CREATOR* DALAM *ENGAGEMENT MARKETING* PADA *CAVARA DESIGN AND BRANDING***

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



OLEH:

ROBERT EUGENE ALEXANDER

1423018009

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

## SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama :Robert Eugene Alexander

NRP :1423018009

menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam laporan KP berjudul:

**PERAN *CONTENT CREATOR* DALAM *ENGAGEMENT MARKETING* PADA  
*CAVARA DESIGN AND BRANDING***

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

Surabaya, 22 Januari 2022

Penulis



Robert Eugene Alexander

NRP.1423018009

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PERAN *CONTENT CREATOR* DALAM *ENGAGEMENT MARKETING* PADA *CAVARA DESIGN AND BRANDING***

OLEH:

ROBERT EUGENE ALEXANDER

1423018009

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING,



MARIA YULIASTUTI, S.SOS., M.MED.KOM

TANGGAL: 7 JUNI 2021

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI,



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

NIDN. 0715108903

## HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN TUGAS AKHIR KERJA PRAKTEK YANG DITULIS OLEH:  
**ROBERT EUGENE ALEXANDER NRP: 1423018009**

TELAH DIUJI PADA TANGGAL 12 OKTOBER 2021 DAN  
DINYATAKAN LULUS OLEH TIM PENGUJI

KETUA TIM PENGUJI



Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si..

NIDN. 0630077303

MENGETAHUI:

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI,



Brigitte Revia Sandy Fista, S.Sos, M.I.Kom..

NIDN. 0715108903

**HALAMAN PERSETUJUAN  
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

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

Nama : Robert Eugene Alexander

NRP : 1423018009

Menyetujui skripsi/ karya ilmiah saya Judul :

***PERAN CONTENT CREATOR DALAM ENGAGEMENT MARKETING PADA  
CAVARA DESIGN AND BRANDING***

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 ini saya buat dengan  
sebenarnya.

Surabaya, 22 Januari 2022

Yang menyatakan,



Robert Eugene

## KATA PERSEMBAHAN

*So we do not lose heart. Though our outer self is wasting away, our inner self is being renewed day by day. For this light momentary affliction is preparing for us an eternal weight of glory beyond all comparison, as we look not to the things that are seen but to the things that are unseen. 2 Corinthians 4:16-18*

Selalu setia dalam setiap perkara, sering kali kita sebagai manusia selalu menganggap setiap persoalan yang dilimpahkan merupakan persoalan yang terlalu berat untuk ditanggung. Tetapi ketahuilah bahwa Dia Yang Maha Esa selalu membaharui kita setiap hari dan percayalah semua yang terjadi sesuai dengan rencana-Nya Maka setialah dalam setiap perkara, dan kita akan diberikan tanggung jawab yang lebih besar, dan Tuhan tidak akan memberikan masalah melebihi kemampuan kita.

Surabaya,

Robert Eugene

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, karena berkat kasih karunia dan kuasa-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan kerja praktik dengan judul *PERAN CONTENT CREATOR DALAM ENGAGEMENT MARKETING CAVARA DESIGN & BRANDING*. Penyusunan laporan kerja praktik ini dilakukan sebagai salah satu bentuk tanggung jawab atas kerja praktik yang telah penulis lalui selama dua bulan berada di Cavara Design & Branding serta dalam rangka memenuhi salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Jurusan Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Penulis dalam membuat laporan ini telah berusaha menyajikan data dengan selengkap-lengkapnyanya. Hal ini dimaksud agar laporan ini dapat berguna bagi khalayak yang membaca terlebih sebagai informasi bagi yang berminat untuk melaksanakan kerja praktik di Cavara Design & Branding karena dengan laporan ini mampu memberikan gambaran atas situasi kerja dan tanggung jawab yang harus diselesaikan dan juga bermanfaat bagi penulis untuk bekal di masa depan.

Penulis menyadari bahwa penyusunan laporan kerja praktik ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu mencukupkan dan menyediakan apa yang penulis perlukan sehingga dapat menyelesaikan kegiatan kerja praktik ini dengan kondisi yang sehat dan bahagia.



2. Keluarga yang selalu memberikan support dalam perkataan maupun doa sehingga penulis selalu semangat untuk menyelesaikan tanggung jawab dalam kegiatan kerja praktik.
3. Ibu Maria Yuliasuti, S.SOS., M.MED.KOM selaku dosen pembimbing yang selalu memberi arahan dan bimbingan dalam mengerjakan laporan ini sehingga dapat selesai dengan baik dan sesuai dengan standart.
4. Keluarga Cavara Design & Branding yang memberikan kesempatan bagi penulis untuk belajar dan berkembang, memperluas koneksi, serta menyelesaikan kegiatan kerja praktik sebagai *content creator*.

Surabaya,  
Robert Eugene

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	v
KATA PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR BAGAN.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
ABSTRAK .....	xv
ABSTRACT .....	xvi
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
I.1    Latar Belakang .....	1
I.2    Bidang Kerja Praktik.....	5
I.3    Tujuan Kerja Praktik.....	5
I.3.1  Tujuan Umum.....	5
I.3.2  Tujuan Khusus.....	5
I.4    Manfaat Kerja Praktik .....	6
I.4.1  Bagi Penulis .....	6
I.4.2  Bagi Akademisi .....	6
I.4.3  Bagi Cavara Design & Branding.....	7
I.5    Tinjauan Pustaka .....	7
I.5.1  Komunikasi Pemasaran Digital .....	7
I.5.2 <i>Social media</i> dan Instagram.....	10
I.5.3  Engagement Marketing .....	11
I.5.4  Peran <i>Content Creator</i> .....	15
<b>BAB II .....</b>	<b>18</b>
II.1    Profil Perusahaan .....	18
II.1.1  Gambaran Umum Cavara Design & Branding .....	18
II.1.2  Sejarah Cavara Design & Branding.....	18
II.1.3  Visi Misi Cavara Design & Branding.....	19
II.1.4  Identitas Perusahaan.....	20
II.1.5  Struktur Organisasi Cavara Design & Branding.....	21

II.1.6 Cavara Design & Branding Partner’s Instagram.....	23
II.2 Waktu dan Pelaksanaan Kegiatan Kerja Praktik .....	26
II.3 Hasil atau Temuan .....	27
II.3.1 Content Creator .....	27
II.3.2 Membuat Konten dan <i>Design/ Edit</i> Konten.....	28
<b>BAB III.....</b>	<b>37</b>
III.1 Partner Cavara Design & Branding dalam Instagram .....	37
III.1.1 Mariana Marcella Couture.....	38
III.1.2 Posye Decoration .....	40
III.1.3 Peaceful Decoration.....	42
III.2 Peran <i>Content Creator</i> Dalam <i>Engagement</i> Partner Cavara .....	44
III.2.1 Customer Engagement Marketing dalam Cavara .....	44
III.2.2 <i>Engagement</i> Konsumen tiap Partner Cavara di Instagram .....	47
<b>BAB IV .....</b>	<b>54</b>
IV.1 Kesimpulan .....	54
IV.2 Saran.....	55
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>56</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>58</b>
LAMPIRAN 1: Tabel Kegiatan Harian.....	58
LAMPIRAN 2: Reels Instagram MMC, Posye, Peaceful .....	65
LAMPIRAN 3: Cavara’s Client Content .....	66
LAMPIRAN 4: Contoh Konten Posye.....	67
POSYE DECORATION.....	67
LAMPIRAN 5: Contoh Konten MMC.....	72
LAMPIRAN 6: Contoh Konten Peaceful.....	75

## DAFTAR TABEL

Tabel III.1	<i>Insight</i> MMC.....	49
Tabel III.2	<i>Insight</i> Posye.....	50
Tabel III.3	<i>Insight</i> Peaceful.....	51

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Digital Marketing Strategy Framework.....	9
Gambar I.2	<i>Customer Engagement Marketing</i> .....	14
Gambar I.3	Model <i>Content Creator</i> dalam Membentuk Corporate <i>Branding</i> di <i>Social Media</i> Instagram.....	16
Gambar II.1	Logo Cavara Design & Branding.....	20
Gambar II.2	The Prestige's Instagram Account, Feeds, dan Reels.....	23
Gambar II.3	Posye Instagram Account, Feeds, dan Reels.....	24
Gambar II.4	Peaceful Instagram Account, Feeds, dan Reels.....	25
Gambar II.5	MMC Instagram Account, Feeds, dan Reels.....	26
Gambar II.6	Hasil MMC dari Foto Client.....	28
Gambar II.7	Hasil Konten MMC.....	29
Gambar II.8	Hasil Konten MMC mengenai Pandemi.....	30
Gambar II.9	Highlight MMC.....	30
Gambar II.10	Reels MMC.....	31
Gambar II.11	Hasil Posye dari Foto Client.....	32
Gambar II.12	Hasil Konten Posye.....	33
Gambar II.13	Reels Posye.....	34
Gambar II.14	Hasil Konten Peaceful.....	35
Gambar II.15	Reels Peaceful.....	36
Gambar III.1	Contoh <i>Filler</i> MMC.....	39
Gambar III.2	Reels MMC.....	40
Gambar III.3	Feeds Posye.....	41
Gambar III.4	Reels Posye.....	42
Gambar III.5	Feeds Peaceful.....	43
Gambar III.6	<i>Highlight</i> Peaceful.....	43
Gambar III.7	<i>Reels</i> Peaceful.....	44
Gambar III.7	Contoh <i>Insight</i> Instagram.....	48

## DAFTAR BAGAN

Bagan II.1	Struktur Cavara Design & Branding.....	21
------------	--	----

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Tabel Kegiatan Harian .....	58
Lampiran 2: Reels Instagram MMC, Posye, Peaceful.....	65
Lampiran 3: Cavara's Client Content.....	66
Lampiran 4: Contoh Konten Posye.....	67
Lampiran 4: Contoh Konten MMC.....	72
Lampiran 5: Contoh Konten Peaceful.....	75

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi internet mempermudah cara *marketing* dari setiap perusahaan. Tidak hanya mempermudah, kemajuan teknologi ini membuka cara-cara baru dalam melakukan *marketing* ataupun *branding* dalam perusahaan. Cara-cara baru ini salah satunya adalah melalui *social media* atau media sosial, yang berupa: Instagram, Facebook, Twitter, dll. Media sosial ini memiliki caranya masing-masing dalam menggunakannya. Instagram memiliki algoritma dimana penggunaannya harus selalu aktif dalam media sosial ini, dengan begitu *engagement* konsumen yang didapatkan juga banyak.

Cavara Design & Branding menyadari pentingnya media sosial dan *branding* dari suatu perusahaan, maka dari itu Cavara menyediakan jasa *design* dan juga *branding* kepada perusahaan-perusahaan yang akan menjadi partner Cavara. Cavara dalam melakukan tugasnya memiliki sebuah tim, yang terdiri dari ketua, *marketing*, *content creator*, *designer* dan *editor*. Peran *content creator* dalam tim adalah untuk memproduksi konten-konten untuk partner Cavara yang kemudian akan di *edit* atau *design* oleh tim Cavara lainnya. Cavara dalam mengevaluasi hasil menggunakan *insight* yang diberikan media sosial tersebut, dimana di dalam *insight* tersebut ada *engagement* dari konsumen yang juga menjadi salah satu pertimbangan evaluasi Cavara.

Kata Kunci: Media Sosial, *Insight*, *Engagement*, Peran *Content Creator*, Cavara Design & Branding.



## **ABSTRACT**

The development of internet technology makes it easier for every company to do marketing. Not only makes it easier, these technological advances open up new ways of doing marketing or branding within the company. One of these new ways is through social media or social media, in the form of: Instagram, Facebook, Twitter, etc. Each of these social media has its own way of using it. Instagram has an algorithm where users must always be active in this social media, thus getting a lot of consumer engagement.

Cavara Design & Branding realizes the importance of social media and branding of a company, therefore Cavara provides design and branding services to companies that will become Cavara's partners. Cavara in carrying out his duties has a team, consisting of chairman, marketing, content creators, designers and editors. The role of content creators in the team is to produce content for Cavara partners which will then be edited or designed by other Cavara teams. In evaluating the results, Cavara uses the insight provided by social media, where in that insight there is engagement from consumers which is also one of the considerations for Cavara's evaluation.

Keywords: Social Media, Insight, Engagement, Role of Content Creator, Cavara Design & Branding.