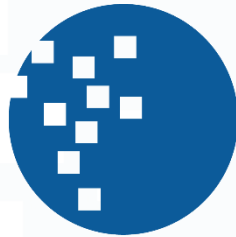


**PERAN DIGITAL MARKETING MENGGUNAKAN SOCIAL  
MEDIA TIKTOK DI CASALIVE INDONESIA**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

**ALICIA PUTRI CANAYA**

**0000057375**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

**PERAN DIGITAL MARKETING MENGGUNAKAN SOCIAL  
MEDIA TIKTOK DI CASALIVE INDONESIA**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN MBKM**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen**

**ALICIA PUTRI CANAYA**

**0000057375**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Alicia Putri Canaya

Nomor Induk Mahasiswa : 00000057375

Program studi : Manajemen

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

### **PERAN DIGITAL MARKETING MENGGUNAKAN SOCIAL MEDIA TIKTOK DI CASALIVE INDONESIA**

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/ penyimpangan, baik dalam pelaksanaan maupun dalam penulisan laporan MBKM, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan MBKM yang telah saya tempuh.

Tangerang, 10 Juni 2024



(Alicia Putri Canaya)

## HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan MBKM dengan judul  
**PERANAN DIGITAL MARKETING PADA KEPERCAYAAN KONSUMEN  
PT MANDIRI LOGISTICS INTERNATIONAL**

Oleh

Nama : Alicia Putri Canaya

NIM : 00000057375

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada Sidang Ujian Laporan Magang Universitas  
Multimedia Nusantara

Tangerang, 10 Juni 2024

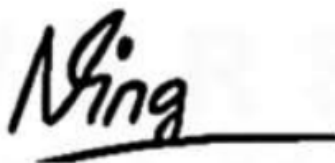
Pembimbing



**Thomas Dwi Susmanto, S.T.,M.S.M**

0306037103

Ketua Program Studi Manajemen



**Purnamaningsih, S.E.,M.S.M**

0323047801

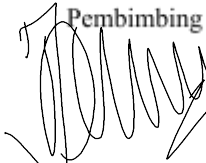
## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul

### PERAN DIGITAL MARKETING MENGGUNAKAN SOCIAL MEDIA TIKTOK DI CASALIVE INDONESIA

Oleh  
Nama : Alicia Putri Canaya  
NIM : 00000057375  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Senin, 10 Juni 2024  
Pukul 00.00 s/d 00.00 dan dinyatakan  
LULUS  
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing  


Thomas Dwi Susmanto, S.T., M.S.M  
0306037103

Penguji  


Kanon Mommsen Wongkar  
0301078204

Ketua Program Studi Manajemen

  
Purnamaningsih, S.E., M.S.M  
0323047801

## **HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Alicia Putri Canaya

NIM : 00000057375

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

JenisKarya : Laporan MBKM

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

### **PERAN DIGITAL MARKETING MENGGUNAKAN SOCIAL MEDIA TIKTOK DI CASALIVE INDONESIA**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 10 Juni 2024

Yang menyatakan,



(Alicia Putri Canaya)

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul: **LAPORAN AKHIR MAGANG MENGENAI FUNGSI TIKTOK TERHADAP PENJUALAN DI CASALIVE INDONESIA** dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana Manajemen Jurusan Marketing Pada Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ibu Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Thomas Dwi Susmanto, sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Junita Simarmata, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Kepada Perusahaan Casalive Indonesia yang sudah memberikan kesempatan sekaligus memberikan arahan dan bimbingan untuk dapat menyelesaikan praktik kerja magang.

7. Terima kasih kepada keluarga tercinta yang telah memberikan bantuan dukungan finansial dan emosional, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini. Dukungan dan kasih sayang yang tiada henti dari keluarga telah menjadi pendorong utama dalam menyelesaikan tugas ini dengan baik.
8. Orang spesial Muhammad Adhwa Eryasa yang telah memberikan doa, semangat, dan mengorbankan banyak waktu untuk mendengarkan keluhan penulis selama melakukan praktik kerja magang
9. Teman dekat sekaligus partner Samsara Bela Kirana selama melakukan proses praktik kerja magang yang sudah memberikan dukungan, dan membantu saya jika ada kesulitan dan juga selalu ada untuk saya.

Semoga dengan karya ilmiah ini dapat memberikan wawasan mendalam tentang praktik kerja magang, serta menjadi referensi yang bermanfaat bagi mahasiswa yang ingin melakukan praktik kerja magang. berharap penelitian ini mampu menginspirasi peningkatan kualitas program magang dan membantu menghubungkan dunia akademis dengan industri, sehingga tercipta sinergi yang positif bagi perkembangan karier dan peningkatan kompetensi.

Tangerang, 20 Mei 2024



(Alicia Putri Canaya)



# **PERAN DIGITAL MARKETING MENGGUNAKAN SOCIAL MEDIA DI CASALIVE INDONESIA**

Alicia Putri Canaya

## **ABSTRAK**

Pelaksanaan praktik kerja magang ini bertujuan untuk menambah pengalaman penulis serta memberikan pengalaman atau bahan pembelajaran untuk mahasiswa lain serta untuk mengetahui dan belajar seperti apa proses marketing media sosial tiktok di sebuah perusahaan pakaian dalam wanita yaitu di Casalive Indonesia yang beralamatkan di Jalan Prof Dr Latumenten Blok B No.1, RT.1/RW.7, Grogol Petamburan, Kota Jakarta Barat. Penulis memilih melakukan praktik kerja magang di Casalive Indonesia untuk mengetahui dan mempelajari sistem marketing atau pemasaran yang dilakukan Casalive Indonesia. Pelaksanaan magang dilakukan pada 15 Januari 2024 – 28 juni 2024 atau kurang lebih selama 640 jam kerja. Dalam praktik kerja magang ini penulis mengerjakan berbagai macam pekerjaan manajemen inventaris dan melakukan *quality control*. Selain itu untuk membangun dan meningkatkan hubungan baik antara Universitas Multimedia Nusantara dengan Casalive Indonesia. Dari hasil pengalaman ini, penulis dapat menyimpulkan bahwa praktik kerja magang ini sangat bermanfaat bagi penulis serta mahasiswa lain yang ingin mencari bacaan atau literatur mengenai marketing khususnya di media sosial tiktok.

**Kata kunci: Praktik Kerja Magang, Marketing, Social Media, Tiktok, Casalive Indonesia.**

# **THE ROLE OF DIGITAL MARKETING USING TIKTOK SOCIAL MEDIA AT CASALIVE INDONESIA**

Alicia Putri Canaya

## ***ABSTRACT (English)***

*The implementation of this internship practice aims to increase the author's experience and provide experience or learning materials for other students and to find out and learn what the tiktok social media marketing process is like at a women's underwear company, Casalive Indonesia, which is addressed at Jalan Prof Dr Latumenten Blok B No.1, RT.1/RW.7, Grogol Petamburan, West Jakarta. The reason the author chose to do internship practice in Casalive Indonesia is to know and learn the marketing system or marketing done by Casalive Indonesia. The internship is conducted on January 15, 2024-June 28, 2024 or approximately 640 working hours. In this internship practice, the author works on various inventory management jobs and performs quality control. In addition to building and improving good relations between Universitas Multimedia Nusantara and Casalive Indonesia. From the results of this experience, the author can conclude that this internship practice is very useful for writers and other students who want to find reading or literature about marketing, especially on tiktok social media. Not only that, the author also found some obstacles and solutions when doing internship practice in Casalive Indonesia.*

***Keywords: Internship, Marketing, Social Media, Tiktok, Casalive Indonesia.***

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT (English).....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I</b>	
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....	6
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	6
<b>BAB II</b>	
<b>GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....</b>	<b>8</b>
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	8
2.1.1 Visi Misi.....	10
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	10
<b>BAB III</b>	
<b>PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....</b>	<b>12</b>
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	12
3.1.1. Kedudukan.....	12
3.1.2. Koordinasi.....	12
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	13
3.2.1 Tugas Yang Dilakukan.....	14
3.2.2 Deskripsi Pekerjaan Harian.....	16
3.3 Kendala yang Ditemukan.....	32
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	34
<b>BAB IV</b>	
<b>SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>37</b>
4.1 Simpulan.....	37
4.2 Saran.....	38
4.2.1 Perusahaan Casalive Indonesia.....	38

4.2.2 Universitas Multimedia Nusantara.....	39
4.2.3 Mahasiswa yang akan magang.....	39
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>41</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>42</b>
A. Surat Pengantar MBKM - MBKM 01.....	42
B. Kartu MBKM - MBKM 02.....	43
C. Daily Task MBKM - MBKM 03.....	44
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM - MBKM 04.....	65
E. Form Bimbingan Internship Report.....	66
F. Surat Penerimaan MBKM (LoA).....	67
G. Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin.....	68

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas yang dilakukan selama praktik kerja magang.....	14
---	----



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Struktur organisasi Casalive Indonesia.....	10
Gambar 3.1 Proses Absensi.....	16
Gambar 3.2 Pengecekan Bon.....	17
Gambar 3.3 Pembukuan Faktur.....	18
Gambar 3.4 Memasukkan Faktur ke dalam Amplop.....	19
Gambar 3.5 Melakukan Proses Penginputan Nota Penjualan Bon Semarang.....	20
Gambar 3.6 Saat melakukan Pengecekan Produk.....	21
Gambar 3.7 Profile akun tiktok Casalive Indonesia.....	22
Gambar 3.8 Postingan Tiktok Casalive Indonesia.....	24
Gambar 3.9 Proses Pembuatan Video.....	25
Gambar 3.10 Menjadi Talent dalam konten video Casalive Indonesia.....	26
Gambar 3.11 Proses Pengeditan Tiktok di aplikasi Capcut.....	27
Gambar 3.12 Upload Konten Video di Tiktok.....	28
Gambar 3.13 Proses Pemasangan dan Penempelan Label.....	30
Gambar 3.14 Sortir Produk.....	31
Gambar 3.11 Aktivitas saat Merapihkan dan Pembakaran Asetat.....	32



## DAFTAR LAMPIRAN

A. Surat Pengantar MBKM - MBKM 01.....	42
B. Kartu MBKM - MBKM 02.....	43
C. Daily Task MBKM - MBKM 03.....	44
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM - MBKM 04.....	65
E. Form Bimbingan Internship Report.....	66
F. Surat Penerimaan MBKM (LoA).....	67
G. Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin.....	68

