

**AKTIVITAS *CONTENT CREATOR* DALAM MENAIKKAN
BRAND AWARENESS PADA MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM DAN TIKTOK VIVERECOLLECTION**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

ALESSANDRA CALISTA

00000054770

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2024

**AKTIVITAS *CONTENT CREATOR* DALAM MENAIKKAN
BRAND AWARENESS PADA MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM DAN TIKTOK VIVERECOLLECTION**



LAPORAN MAGANG

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

ALESSANDRA CALISTA

00000054770

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Alessandra Calista

Nomor Induk Mahasiswa 00000054770

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

AKTIVITAS *CONTENT CREATOR* DALAM MENAIKKAN *BRAND AWARENESS* PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN TIKTOK VIVERECOLLECTION

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 magang maupun dalam penulisan laporan magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, Juni 2024



Alessandra Calista

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**AKTIVITAS *CONTENT CREATOR* DALAM MENAIKKAN
BRAND AWARENESS PADA MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM DAN TIKTOK VIVERECOLLECTION**

Oleh
Nama : Alessandra Calista
NIM : 00000054770
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 19 Juni 2024
Pukul 10.00 s.d 11.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Dr. Tangguh Okta Wibowo, S.Hum., M.A.
NIDN 0320109004

Penguji



Digitally signed by Eko Hadi Saputro
Reason: I am approving this document
Location: Universitas Multimedia Nusantara
Date: 2024-06-24 11:30+07:00

Eko Hadi Saputro, S.E., M.M.
NIDN 0303056102

Pembimbing



Dr. Tangguh Okta Wibowo, S.Hum., M.A.
NIDN 0320109004

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky
Anugrah Bangun
2024.06.24
15:21:04 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S. Sos, M.Si
NIDN: 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alessandra Calista

NIM : 00000054770

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya Ilmiah : Laporan Magang

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:

AKTIVITAS CONTENT CREATOR DALAM MENAIKKAN BRAND AWARENESS PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN TIKTOK VIVERECOLLECTION

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 11 Juni 2024

Yang menyatakan,



Alessandra Calista

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul: **“Aktivitas *Content Creator* dalam Menaikkan *Brand Awareness* pada Media Sosial Instagram dan TikTok VIVERECollection”** dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan magang ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara
4. Bapak Dr. Tangguh Okta Wibowo, S.Hum., M.A. selaku pembimbing utama yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan masukan atas selesainya laporan magang ini.
5. Kak Icha, Kak Shabrina, Kak Maya, dan Mas Arya selaku pembimbing lapangan magang yang memberikan arahan seputar proses kerja magang di bidang *Digital Marketing*.
6. Papah, Mamah, dan Lala selaku keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral.
7. Rio, Ivan, Bryan, Laura dan teman-teman kampus lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah mendukung selama penyusunan laporan magang.

8. Janice, Vanesya, Emil, Jenny, Cindy, Kenneth, Krisna, dan Anita selaku teman-teman VIVERE yang telah membantu dan mendukung selama proses kerja magang.

Semoga laporan magang ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi ke depannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 11 Juni 2024



Alessandra Calista



U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

AKTIVITAS *CONTENT CREATOR* DALAM MENAIKKAN *BRAND AWARENESS* PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN TIKTOK VIVERECOLLECTION

Alessandra Calista

ABSTRAK

Industri furnitur Indonesia mengalami lonjakan dengan didukung adanya bahan baku lokal. Seiring perkembangannya, teknologi semakin canggih dan memunculkan inovasi dalam pemasaran berbagai industri seperti menggunakan media sosial dan lainnya. Perkembangan pemasaran ini juga didukung dengan penggunaan internet yang terus meningkat. *Collection by VIVERE* memanfaatkan pemasaran konten untuk meningkatkan *awareness* tentang *Collection by VIVERE* melalui berbagai platform digital. Pemegang menjalankan kerja magang di *Collection by VIVERE* untuk mengimplementasikan ilmu perkuliahan, memperdalam terkait *digital marketing*, dan meningkatkan *skill*. *Collection by VIVERE* merupakan merek furnitur Indonesia yang menyediakan berbagai kebutuhan konsumen seperti ruang tamu, ruang makan, ruang kerja, kamar tidur, dan aksesoris. *Collection by VIVERE* memiliki Divisi *Digital Marketing* yang berfokus untuk menjalankan pemasaran konten melalui Instagram, TikTok, dan bekerja sama dengan *Key Opinion Leader (KOL)*. Dalam prosesnya, pemegang menggunakan konsep mata perkuliahan seperti *Effective Persuasive Communication* dan *Art, Copywriting & Creative Strategy*. Selama menjalankan kerja magang, terdapat beberapa kendala yang dihadapi seperti kurangnya pemaparan *product knowledge* dan regulasi yang didasari oleh banyak hal. Meski begitu, pemegang sudah menjalankan lebih dari 640 jam kerja di *Collection by VIVERE* serta dapat disimpulkan bahwa pemasaran konten memiliki pondasi dalam menjalankannya dan dapat mempengaruhi tingkat *awareness* sebuah merek.

Kata kunci: Furnitur, Pemasaran konten, Media sosial, KOL, *Collection by VIVERE*

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

ACTIVITIES OF CONTENT CREATOR IN RAISING BRAND AWARENES ON INSTAGRAM AND TIKTOK FOR VIVERECOLLECTION

Alessandra Calista

ABSTRACT

The Indonesian furniture industry has seen significant growth, driven by the availability of local raw materials. Alongside this growth, advancements in technology have spurred innovations in marketing across various industries, including the use of social media and other digital platforms. This marketing evolution is further supported by the rising use of the internet. Collection by VIVERE employs content marketing to boost awareness of their brand through multiple digital channels. As an intern at Collection by VIVERE, author put their academic knowledge into practice, deepen their digital marketing expertise, and enhance their skills. Collection by VIVERE is an Indonesian furniture brand offering a wide range of products, including living room, dining room, home office, bedroom furniture, and accessories. The Digital Marketing Division at Collection by VIVERE focuses on content marketing via Instagram, TikTok, and partnerships with Key Opinion Leaders (KOLs). Throughout their internship, author apply concepts from courses such as Effective Persuasive Communication and Art, Copywriting & Creative Strategy. Despite facing challenges like limited product knowledge exposure and various regulatory issues, author have completed over 640 working hours at Collection by VIVERE. It can be concluded that content marketing has a solid foundation in execution and can significantly impact brand awareness.

Keywords: *Furniture, content marketing, social media, KOL, Collection by VIVERE*

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

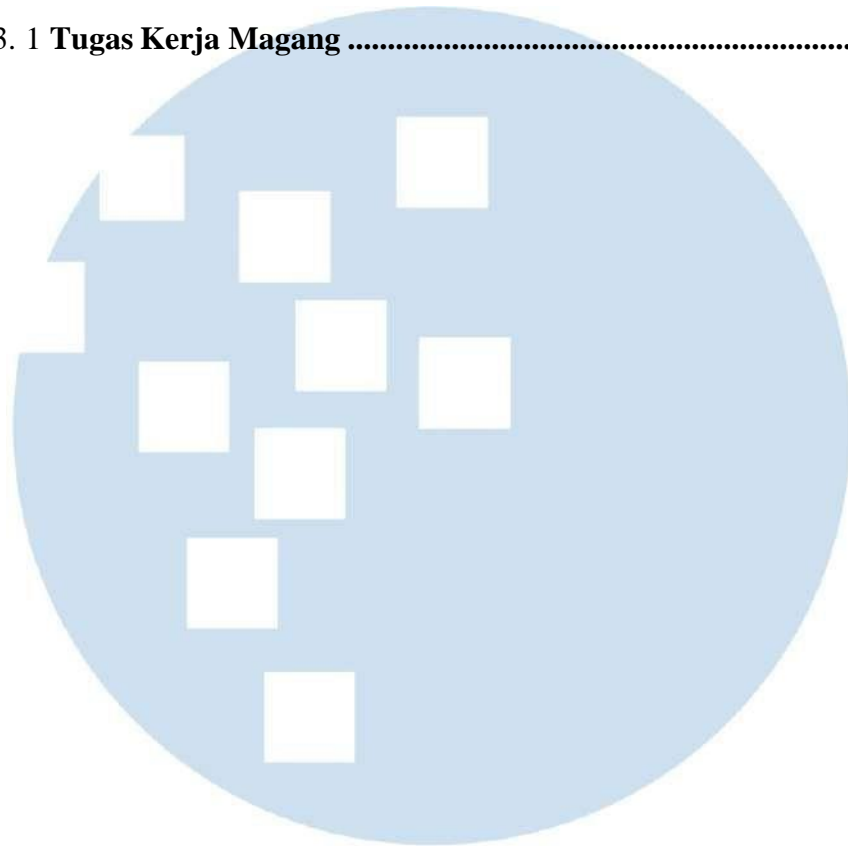
DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
BAB II GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI	8
2.1 Tentang VIVERE Group	8
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	14
3.1 Kedudukan Dalam Kerja Magang	14
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	31
4.1 Simpulan	31
DAFTAR PUSTAKA	34
LAMPIRAN	36

U M M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Tugas Kerja Magang 15



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Internet di Indonesia	2
Gambar 1. 2 Survei Belanja Pada Media Sosial	3
Gambar 1. 3 Media Sosial yang Paling Sering Digunakan di Indonesia	4
Gambar 2. 1 Logo VIVERE Group	8
Gambar 2. 2 Logo Collection by VIVERE	9
Gambar 2. 3 Struktur Perusahaan VIVERE Collection	11
Gambar 2. 4 Struktur Perusahaan Digital Marketing	12
Gambar 3. 1 Pencarian Ide Konten	18
Gambar 3. 2 Content Plan Instagram	20
Gambar 3. 3 Content Plan TikTok	21
Gambar 3.4 Konten Instagram dan TikTok	22
Gambar 3. 5 Proses Approach KOL	25
Gambar 3. 6 Live Report Saat Event	27
Gambar 3. 7 Artikel Collection by VIVERE	29



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A – Surat Pengantar MBKM 01	36
Lampiran B – Kartu MBKM 02.....	37
Lampiran C – Daily Task MBKM 03	38
Lampiran D – Lembar Verifikasi MBKM 04	38
Lampiran E – Form Bimbingan Magang	39
Lampiran F – Letter of Acceptance VIVERE Group.....	40
Lampiran G – Hasil Turnitin.....	41
Lampiran H – Timeline Pelaksanaan Kerja Magang	42
Lampiran I – Bukti Koordinasi dengan Supervisor dan Graphic Designer.....	43
Lampiran J – Database KOL.....	44
Lampiran K – CV Penulis	45

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA