

**PERAN CREATIVE MARKETING DALAM PROSES
PRODUKSI KONTEN SOSIAL MEDIA
TOKO MAMA GIGI BY NAGITA SLAVINA**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

Audy Devanty

00000063025

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

2024

**PERAN CREATIVE MARKETING DALAM PROSES
PRODUKSI KONTEN SOSIAL MEDIA
TOKO MAMA GIGI BY NAGITA SLAVINA**



LAPORAN MAGANG

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

Audy Devanty

0000063025

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Audy Devanty

Nomor Induk Mahasiswa : 00000063025

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

PERAN CREATIVE MARKETING DALAM PROSES PRODUKSI KONTEN SOSIAL MEDIA TOKO MAMA GIGI BY NAGITA SLAVINA

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

Tangerang, 10 Juni 2024

Digital Materai Rp 10.000,00

<https://e-meterai.co.id/>



(Audy Devanty)

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan Magang dengan judul
**PERAN CREATIVE MARKETING DALAM PROSES
PRODUKSI KONTEN SOSIAL MEDIA
TOKO MAMA GIGI BY NAGITA SLAVINA**

Oleh
Nama : Audy Devanty
NIM : 0000063025
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 10 Juni 2024

Dosen Pembimbing



Dr. Agustinus Rusdianto Berto, S.Sos., M.Si.
NIDN : 0313088403

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky
Anugrah Bangun
2024.06.11
21:21:10 +07'00'

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

U M U 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

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**PERAN CREATIVE MARKETING DALAM PROSES PRODUKSI
KONTEN SOSIAL MEDIA
TOKO MAMA GIGI BY NAGITA SLAVINA**

Oleh
Nama : Audy Devanty
NIM : 00000063025
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 20 Juni 2024
Pukul 11.00 s.d 12.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Dr. Agustinus Rusdianto Berto,
S.Sos., M.Si.

NIDN : 0313088403

Azelia Faramita, S.Si,M.Si.

NIDN : 0308128501

Pembimbing

Dr. Agustinus Rusdianto Berto, S.Sos., M.Si.

NIDN : 0313088403

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S. Sos, M.Si

NIDN: 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Audy Devanty
NIM : 00000063025
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:

PERAN CREATIVE MARKETING DALAM PROSES PRODUKSI KONTEN SOSIAL MEDIA TOKO MAMA GIGI BY NAGITA SLAVINA

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, 10 Juni 2024

Yang menyatakan,

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



Audy Devanty

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul:

“PERAN CREATIVE MARKETING DALAM PROSES PRODUKSI KONTEN SOSIAL MEDIA TOKO MAMA GIGI BY NAGITA SLAVINA”

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 Dr. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Dr. Agustinus Rusdianto Berto, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing program Internship Track 1 yang telah membimbing saya dan memotivasi untuk menyelesaikan laporan Internship track 1 ini.
5. Ibu Dosen selaku Ketua Sidang dan Bapak/Ibu Dosen selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Alm. Mama tercinta dan kakak saya yang telah memberikan dukungan moral maupun materil serta memotivasi saya untuk dapat menyelesaikan jenjang S1 ini dengan baik.
7. Embah, mbak Revi, mbak Litha, dan seluruh keluarga yang selalu mendukung saya dan memberikan motivasi untuk dapat menyelesaikan laporan magang ini dengan baik.
8. The Bringka, Kitra, Christina, Arin, Dira, dan Fira selaku teman-teman yang selalu menyemangati dan mendukung saya.

9. Kak Amanda, Kak Dhika, Hanny, serta tim Toko Mama Gigi lainnya yang telah membantu dan mendukung saya selama menjalani praktik kerja magang.

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

Tangerang, 10 Juni 2024



(Audy Devanty)

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERAN CREATIVE MARKETING DALAM PROSES PRODUKSI KONTEN SOSIAL MEDIA TOKO MAMA GIGI BY NAGITA SLAVINA

Audy Devanty

ABSTRAK

Kemajuan **Sosial media** mendorong untuk dapat memperdalam dan mengasah skill sebagai content creator, mengimplementasikan mata kuliah yang sudah dipelajari saat menempuh perkuliahan seperti Art Copywriting and Creative Strategy, Creative Media Production, Social Media and Mobile Marketing, dan ada beberapa mata kuliah lainnya. Selain itu, melalui praktik kerja magang ini menjadi sebuah pengalaman baru dan pembelajaran untuk dapat menguasai tren di sosial media serta kompetitor. Kemudian, Toko Mama Gigi sebagai salah satu e-commerce live stream yang telah mendapatkan penghargaan “ Celebrity IP of The Year “ pastinya sudah diakui dapat memberikan banyak pengalaman dan pembelajaran bagi pemegang. **Creative Marketing** merupakan sebuah konsep pemasaran yang dilakukan dengan kreatif, namun tetap sesuai dengan audiens yang dituju (BigEvo, n.d.). Creative Marketing sendiri memiliki peran yang cukup penting dalam meningkatkan exposure dan engagement yang sesuai dengan **Tren** sosial media terhadap brand yang bekerja sama karena hal ini merupakan salah satu langkah untuk menarik perhatian audiens dan memberikan informasi sebanyak-banyaknya terkait brand maupun kampanye, baik yang sedang dilaksanakan maupun yang akan dilaksanakan nantinya. Kesimpulan dari praktik kerja magang ini adalah mata kuliah yang pernah penulis pelajari di kampus pastinya akan tetap terpakai saat kita praktik kerja langsung bukan hanya sekedar teori. Namun, pastinya akan ada kesenjangan di dalamnya karena saat masuk ke dunia kerja mungkin saja mereka tidak menerapkan apa yang diajarkan secara teoritis karena ada faktor seperti hal yang lebih memudahkan atau bahkan hal yang dipelajari kurang relevan saat melakukan pekerjaan secara nyata.

Kata kunci: Creative Marketing, Tren, Sosial media

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

The Role of Creative Marketing in The Production Process of Social Media Contents Toko Mama Gigi by Nagita Slavina

Audy Devanty

ABSTRACT

*Social media advancement encourages deepening and honing skills as content creators, implementing courses that have been studied while taking courses such as Art Copywriting and Creative Strategy, Creative Media Production, Social Media and Mobile Marketing, and there are several other courses. In addition, through this internship practice, it becomes a new experience and learning to master trends in social media and competitors. Then, the Mama Gigi Store as one of the e-commerce live streams that have been awarded the "Celebrity IP of the Year" award is surely recognized to provide a lot of experience and learning for interns. **Creative Marketing** is a marketing concept that is done creatively, but still fits the intended audience (BigEvo, n.d.). Creative Marketing itself has a significant role in increasing exposure and engagement in accordance with the social media **Trend** towards brands that work together because this is one of the steps to attract the attention of audiences and provide as much information as possible regarding brands and campaigns, both in progress and in the future. The conclusion of this internship practice is that the courses that writers once learned on campus will certainly remain in use when we practice direct employment, not just theory. However, there will definitely be a gap in it because when they enter the world of work they may not apply what is taught theoretically because there are factors such as things that make it easier or even things that are learned are less relevant when doing work in real terms..*

Keywords: *Creative Marketing, Trends, Social Mediamedia*

U M W 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 ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang	6
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	7
BAB II GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI	9
2.1 Tentang Organisasi/Perusahaan	9
2.2 Visi Misi PT Rans Kekinian Indonesia	13
2.3 Struktur Organisasi PT Rans Kekinian Indonesia	14
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	16
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang	17
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang	19
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	41
4.1 Simpulan	41
4.2 Saran	41
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN	44

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas Utama Creative Marketing Toko Mama Gigi	19
Tabel 3.2 Periode Tugas Kerja Magang Januari	20
Tabel 3.3 Periode Tugas Kerja Magang Februari	20
Tabel 3.4 Periode Tugas Kerja Magang Maret	20
Tabel 3.5 Periode Tugas Kerja Magang April	21
Tabel 3.6 Periode Tugas Kerja Magang Mei	21



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Konten Media Sosial Toko Mama Gigi	3
Gambar 1.2 Konten Media Sosial Louis Scarlete Family.....	3
Gambar 1.3 TikTok Shop Summit 2023 “ Clebrity IP of The Year	4
Gambar 2.1 Logo Rans Entertainment.....	9
Gambar 2.2 Logo PT Rans Kekinian Indonesia.....	11
Gambar 2.3 Logo Toko Mama Gigi.....	12
Gambar 2.4 Bagan Struktur Organisasi PT Rans Kekinian Indonesia.....	14
Gambar 3.1 Alur Kerja dan Koordinasi Creative Marketing.....	17
Gambar 3.2 Template Brief Toko Mama Gigi.....	24
Gambar 3.3 Konten Media Sosial Toko Mama Gigi	26
Gambar 3.4 Konten Media Sosial Toko Mama Gigi	27
Gambar 3.5 Konten Media Sosial Toko Mama Gigi	28
Gambar 3.6 Konten Media Sosial Toko Mama Gigi	28
Gambar 3.7 Proses Shooting Konten	30
Gambar 3.8 Penulis saat menjadi talent	31
Gambar 3.9 Data Pengajuan Key Visual Toko Mama Gigi.....	32
Gambar 3.10 Konten Media Sosial Toko Mama Gigi	33
Gambar 3.11 Konten Media Sosial Toko Mama Gigi	33
Gambar 3.12 Konten Media Sosial Toko Mama Gigi	34
Gambar 3.13 Konten Media Sosial Toko Mama Gigi	34
Gambar 3.14 Konten Media Sosial Toko Mama Gigi	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 LAMPIRAN

Lampiran A Surat Pengantar MBKM 1	41
Lampiran B Surat Penerimaan Perusahaan	42
Lampiran C Kartu MBKM 2.....	43
Lampiran D Daily Task MBKM 03	44
Lampiran F Lembar Verifikasi MBKM 04.....	57
Lampiran E Formulir Konsultasi Magang	58



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA