

**PERAN *CREATIVE MARKETING INTERN* PADA *BRAND*
KASEP**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

Yuan Felix Iskandar

0000060007

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

2024

PERAN *CREATIVE MARKETING INTERN* PADA *BRAND*

KASEP



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Yuan Felix Iskandar

0000060007

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Yuan Felix Iskandar

Nomor Induk Mahasiswa : 00000060007

Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

PERAN *CREATIVE MARKETING INTERN* PADA *BRAND KASEP*

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, 11 Januari 2025



Yuan Felix Iskandar

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan magang dengan judul

PERAN *CREATIVE MARKETING INTERN* PADA *BRAND* KASEP

Oleh

Nama : Yuan Felix Iskandar
NIM : 00000060007
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Sabtu, 11 Januari 2024

Pukul 15.00 s/d 16.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing



Ariel Barlian Obadyah,
S.Sos, M.I.Kom,
NIDN 0328058106

Penguji

Ketua Sidang



Ariel Barlian Obadyah, S.Sos, M.I.Kom,
NIDN 0328058106

Maria Advenita Gita Elmada,
S.I.Kom., M.Si.
NIDN 0320077401

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Yuan Felix Iskandar
NIM : 00000060007
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Laporan Magang

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

PERAN *CREATIVE MARKETING INTERN* PADA *BRAND KASEP*

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, 6 Januari 2025

Yang menyatakan,



Yuan Felix Iskandar

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul: “**PERAN CREATIVE MARKETING INTERN PADA BRAND KASEP**” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Jurusan Ilmu Komunikasi Pada Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si, 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 Ariel Barlian Obadyah, S.Sos., M.I.Kom, sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan magang ini.
6. Teman-teman yang memberikan bantuan dukungan motivasi.

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

Tangerang, 6 Januari 2025



Yuan Felix Iskandar

PERAN *CREATIVE MARKETING INTERN* PADA *BRAND*

KASEP

Yuan Felix Iskandar

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan teknologi digital dan internet telah mengubah cara komunikasi pemasaran dilakukan, termasuk dalam sektor *fashion*. *Brand* Kasep yang berada di bawah naungan PT. Geulis Busana Kreasindo memanfaatkan berbagai platform digital untuk meningkatkan *brand awareness*, loyalitas pelanggan, dan penjualan melalui konten media sosial yang kreatif dan persuasif. Sebagai *brand* yang berfokus pada *fashion* pria, Kasep menunjukkan pentingnya menyesuaikan diri dengan tren digital agar tetap relevan dan kompetitif di pasar. Selama empat bulan masa magang, penulis berperan sebagai *creative intern* di Kasep dengan tugas utama mengelola pembuatan konten. Tanggung jawab mencakup analisis *trend*, penyusunan *editorial plan*, hingga produksi konten yang menitikberatkan pada strategi pemasaran, pemahaman produk, dan kerja sama tim. Dalam pelaksanaannya, penulis menghadapi tantangan berupa perubahan tren digital yang cepat serta kebutuhan untuk menjaga konsistensi konten dengan identitas *brand*. Untuk mengatasi kendala tersebut, penulis menerapkan pendekatan pembelajaran berkelanjutan dan memanfaatkan data sebagai dasar pengambilan keputusan konten. Selain itu, penulis juga melakukan koordinasi dengan tim kreatif memungkinkan terciptanya konten yang relevan dan menarik bagi audiens. Pengalaman magang ini memperlihatkan pentingnya peran konten dalam memperkuat identitas merek dan menjangkau audiens. Dengan strategi yang sejalan dengan perkembangan digital, Kasep berhasil menyampaikan nilai-nilainya dan mengokohkan posisinya dalam industri *fashion*.

Kata kunci: *Brand Awareness, Content Creator, Content Planning, Komunikasi Pemasaran.*

ROLE OF CREATIVE MARKETING INTERN FOR KASEP BRAND

Yuan Felix Iskandar

ABSTRACT

The rapid development of digital technology and the internet has transformed the way marketing communication is conducted, including in the fashion sector. Kasep, a brand under PT. Geulis Busana Kreasindo, leverages various digital platforms to enhance brand awareness, customer loyalty, and sales through creative and persuasive social media content. As a brand focused on men's fashion, Kasep underscores the importance of adapting to digital trends to remain relevant and competitive in the market. During a four-month internship, the writer served as a creative intern at Kasep, primarily responsible for managing content creation. The role encompassed trend analysis, editorial plan development, and content production, emphasizing marketing strategies, product understanding, and teamwork. In carrying out these tasks, the writer encountered challenges such as the rapid evolution of digital trends and the need to maintain content consistency with the brand's identity. To address these challenges, the writer adopted a continuous learning approach and utilized data insights to inform content decisions. Additionally, collaboration with the creative team facilitated the creation of relevant and engaging content for the target audience. This internship experience highlighted the crucial role of content in strengthening brand identity and reaching audiences. By aligning its strategy with digital advancements, Kasep effectively communicated its values and solidified its position within the fashion industry.

Keywords: *Brand Awareness, Content Creator, Content Planning, Marketing Communication.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	2
HALAMAN PENGESAHAN	3
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	5
KATA PENGANTAR	6
ABSTRAK	7
<i>ABSTRACT</i>	8
DAFTAR ISI	9
DAFTAR GAMBAR	11
DAFTAR TABEL	12
BAB I	
PENDAHULUAN	13
1.1 Latar Belakang	13
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang	19
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	20
BAB II	
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	23
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	23
2.2 Visi Misi PT Geulis Busana Kreasindo	25
2.3 Visi Misi Kasep	26
2.4 Struktur Perusahaan PT Geulis Busana Kreasindo	26
BAB III	
PELAKSANAAN KERJA MAGANG	29
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	29
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	31
3.2.1 Tugas Magang	31
3.2.2 Uraian Kerja Magang	32
3.3 Kendala yang Ditemukan	41
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	41
BAB IV	
SIMPULAN DAN SARAN	43
4.1 Simpulan	43
4.2 Saran	44
4.2.1 Saran untuk Perusahaan	44
4.2.2 Saran untuk Universitas	44
4.2.3 Mahasiswa yang akan magang	45

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

46
48



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pengguna Internet	13
Gambar 2.1 Logo Brand Kasep	21
Gambar 2.2 Flagship Store Geulis & Kasep	22
Gambar 2.3 Struktur Perusahaan PT Geulis Busana Kreasindo	24
Gambar 2.4 Struktur Creative Marketing Department	25
Gambar 3.1 Sistem Koordinasi Antar Departemen	27
Gambar 3.2 Link Referensi Konten	31
Gambar 3.3 Insight Views Konten	31
Gambar 3.4 Editorial Plan Oktober	33
Gambar 3.5 Editorial Plan November	33
Gambar 3.6 Editorial Plan Desember	34
Gambar 3.7 Production	36
Gambar 3.8 Production to Graphic Designer	36

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tahapan Tugas Magang

29

