

**PENGALAMAN KERJA SEBAGAI *COPYWRITER* DAN
CONTENT CREATOR DALAM PEMBUATAN KONTEN
MEDIA SOSIAL DI PT COOLVITA MAJU SEHAT**



LAPORAN MAGANG

David Wilhen

00000058891

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

2025

**PENGALAMAN KERJA SEBAGAI *COPYWRITER* DAN
CONTENT CREATOR DALAM PEMBUATAN KONTEN
MEDIA SOSIAL DI PT COOLVITA MAJU SEHAT**



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

David Wilhen

00000058891

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : David Wilhen

Nomor Induk Mahasiswa : 00000058891

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

PENGALAMAN KERJA SEBAGAI COPYWRITER DAN CONTENT CREATOR DALAM PEMBUATAN KONTEN MEDIA SOSIAL DI PT COOLVITA MAJU SEHAT

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 Magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 15 Juli 2025



David Wilhen

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

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**PENGALAMAN KERJA SEBAGAI COPYWRITER DAN CONTENT
CREATOR DALAM PEMBUATAN KONTEN MEDIA SOSIAL DI PT
COOLVITA MAJU SEHAT**

Oleh

Nama : David Wilhen
NIM : 00000058891
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 15 Juli 2025
Pukul 15.00 s.d 16.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji



Dr. Henilia Yulita, SE.,MM.,M.I.KOM.
NIDN 0320077803

Agus Kustiwa, S.Sos, M.Si.
NIDN 0318118203

Pembimbing



Dr. Henilia Yulita, SE.,MM.,M.I.KOM.
NIDN 0320077803

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

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

Cendera Rizky Anugrah Bangun, 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 : David Wilhen
NIM : 00000058891
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:

PENGALAMAN KERJA SEBAGAI COPYWRITER DAN CONTENT CREATOR DALAM PEMBUATAN KONTEN MEDIA SOSIAL DI PT COOLVITA MAJU SEHAT

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 laporan magang saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 26 Juni 2025

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Yang menyatakan,
David Wilhen

KATA PENGANTAR

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

“PENGALAMAN KERJA SEBAGAI COPYWRITER DAN CONTENT CREATOR DALAM PEMBUATAN KONTEN MEDIA SOSIAL DI PT COOLVITA MAJU SEHAT” 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 sepenuhnya bahwa laporan magang ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, baik selama masa studi maupun proses penyusunannya. Oleh karena itu, saya menyampaikan 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. Ibu Dr. Henilia Yulita, SE.,MM.,M.I.KOM sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Bapak/Ibu Dosen selaku Ketua Sidang dan Bapak/Ibu Dosen selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Keluarga dan Teman saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral
7. Seluruh rekan dari tim *Content Creator* dan *supervisor* yang telah memberikan bimbingan dan mengayomi
8. Kepada PT Coolvita Maju Sehat

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

Tangerang, 26 Juni 2025



David Wilhen



PENGALAMAN KERJA SEBAGAI *COPYWRITER* DAN *CONTENT CREATOR* DALAM PEMBUATAN KONTEN MEDIA SOSIAL DI PT COOLVITA MAJU SEHAT

David Wilhen

ABSTRAK

Media sosial telah berkembang sangat pesat sehingga menjadikan lingkungan yang serba adaptif dan inovatif untuk dunia *digital marketing*. Secara konsisten dalam 4 tahun terakhir, PT Coolvita Maju Sehat bertahan di industri persaingan digital dan selalu melakukan perkembangan dan adaptasi. Penulis melaksanakan aktivitas kerja magang selama kurang lebih 4 bulan, dan memiliki peran sebagai *Copywriter* dan *Content Creator*. Penulis memproduksi 3 konten video setiap hari dengan berfokus pada instruksi pembagian konten serta pengembangan diri yang kreatif dan responsif. Aktivitas pekerjaan sebagai *Copywriter* dilandasi dengan metode AIDA yang dikembangkan oleh Kotler dan Keller (2016), dan pekerjaan sebagai *Content Creator* dilandasi dengan metode SOSTAC yang dikembangkan oleh Chaffey & Fiona (2019). Kendala yang dialami penulis sering kali mengenai teknis kalimat yang penggunaannya diperlukan ketelitian dan analisa agar tidak terkena pelanggaran. Aktivitas kerja magang telah memberikan wawasan yang sangat luas tentang dunia asli *digital marketing*, ilmu yang telah dipelajari selama berkuliah terpakai seutuhnya, membentuk pribadi yang kreatif dan adaptif dengan perubahan baru, serta membuka pengetahuan baru di luar teori *copywriting* dan *social media marketing* yang lebih relevan dengan perkembangan budaya masa kini. Kepuasan yang dirasakan penulis setelah melakukan aktivitas kerja magang merupakan peningkatan *skill copywriting*, keterampilan dalam mengelola *content planning*, dan relasi yang bermanfaat.

Kata kunci: *Content Creator*, *Copywriting*, konten, media sosial, TikTok official Coolvita

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 WORK EXPERIENCE AS A COPYWRITER AND CONTENT CREATOR IN CREATING SOCIAL MEDIA CONTENT AT PT COOLVITA MAJU SEHAT

David Wilhen

ABSTRACT

Social media has grown so rapidly that it has become an adaptive and innovative environment for digital marketing. Consistently in the last 4 years, PT Coolvita Maju Sehat has survived in the digital competition industry and has always made developments and adaptations. The author carried out internship activities for approximately 4 months, and had a role as a Copywriter and Content Creator. The writer produces 3 video contents every day by focusing on content distribution instructions as well as creative and responsive self-development. Work activities as a Copywriter are based on the AIDA method developed by Kotler and Keller (2016), and work as a Content Creator is based on the SOSTAC method developed by Chaffey & Fiona (2019). The obstacles experienced by the author are often about technical sentences whose use requires accuracy and analysis so as not to be violated. Internship activities have provided a very broad insight into the real world of digital marketing, the knowledge that has been learned during college is fully utilized, forming a creative and adaptive person with new changes, and opening new knowledge outside of copywriting and social media marketing theories that are more relevant to today's cultural developments. The satisfaction felt by the author after carrying out internship activities is an increase in copywriting skills, skills in managing content planning, and useful connections.

Keywords: Content Creator, Copywriting, Content, Social Media, TikTok official Coolvita

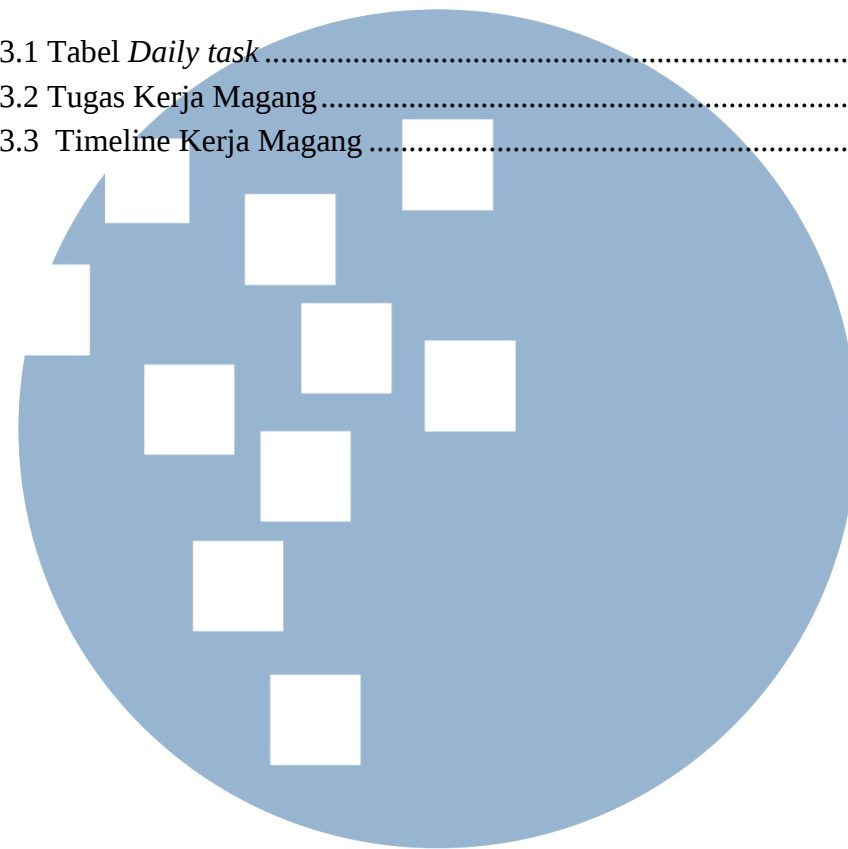
U M N
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	2
HALAMAN PERSETUJUAN	3
HALAMAN PENGESAHAN.....	4
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	5
KATA PENGANTAR.....	6
ABSTRAK	8
ABSTRACT	9
DAFTAR ISI.....	10
DAFTAR GAMBAR.....	13
DAFTAR LAMPIRAN.....	14
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang	5
1.4 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	5
BAB II	
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	8
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	8
2.2 Visi Misi.....	9
2.3 Struktur Organisasi	10
BAB III	
PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....	11
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang.....	11
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang.....	12
BAB IV	
SIMPULAN DAN SARAN	29
4.1 Simpulan	29
4.2 Saran.....	30
DAFTAR PUSTAKA.....	32
LAMPIRAN.....	33

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel <i>Daily task</i>	12
Tabel 3.2 Tugas Kerja Magang	24
Tabel 3.3 Timeline Kerja Magang	25



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

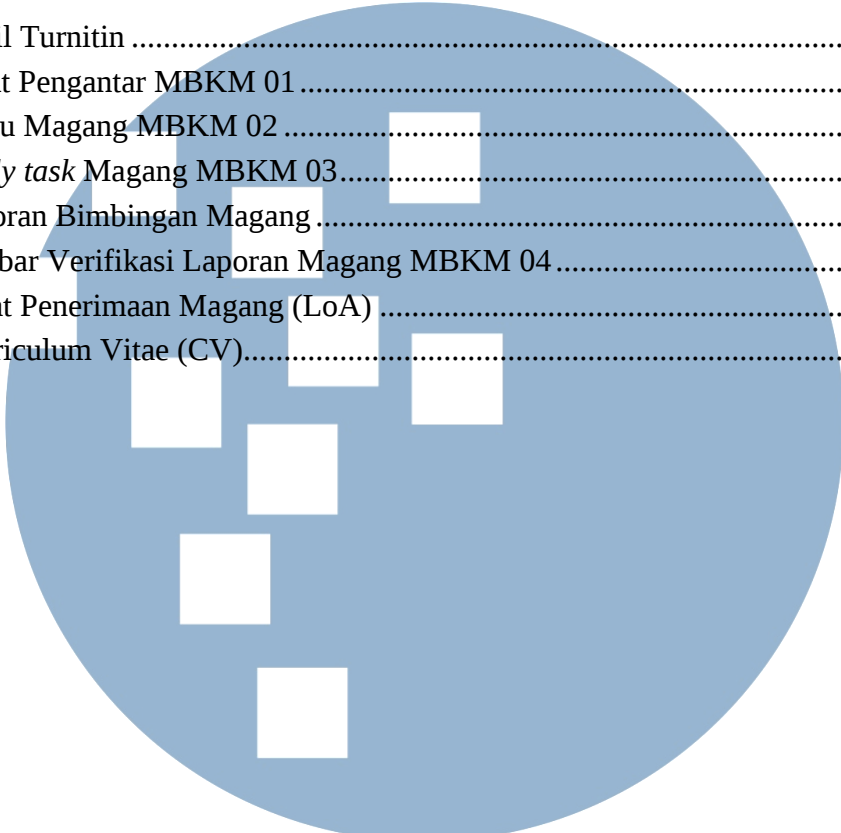
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Number of Internet and Social Media Users Worldwide	1
Gambar 1.2 Alasan Utama Masyarakat Indonesia Menggunakan Internet.....	2
Gambar 1.3 Alasan Utama Masyarakat Indonesia Menggunakan Media Sosial	3
Gambar 1.4 Platform Media Sosial Favorit Masyarakat Indonesia	3
Gambar 2.1 Logo PT Coolvita Maju Sehat.....	8
Gambar 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	10
Gambar 3.1 Alur Koordinasi Kerja Magang.....	11
Gambar 3.2 Hook Text dan Hook Footage Video Editan.....	17
Gambar 3.3 Hook Text Script Host Live Stream	17
Gambar 3.4 Script Kalimat Pembangun Minat Audiens.....	18
Gambar 3.5 Script Kalimat Persuasi Audiens.....	18
Gambar 3.6 Footage KOL sebagai Editan Video.....	19
Gambar 3.7 CTA Video Konten	20
Gambar 3.8 CTA Script Host Live Stream	20
Gambar 3.9 Draft Content Planning.....	21
Gambar 3.10 Draft Content Planning.....	24
Gambar 3.11 Script Voice Over Penulis	24
Gambar 3.12 Isi Konten Akun TikTok @coolvita.calcium	27
Gambar 3.13 Top Views Video Konten Penulis per 20 Juni 2025	27
Gambar 3.14 Jumlah Follower Akun TikTok @coolvita.calcium per 23 Mei 2025	27



DAFTAR LAMPIRAN

A. Hasil Turnitin	43
B. Surat Pengantar MBKM 01	45
C. Kartu Magang MBKM 02	46
D. <i>Daily task</i> Magang MBKM 03.....	47
E. Laporan Bimbingan Magang	65
F. Lembar Verifikasi Laporan Magang MBKM 04	66
G. Surat Penerimaan Magang (LoA)	67
H. Curriculum Vitae (CV).....	68



UMN

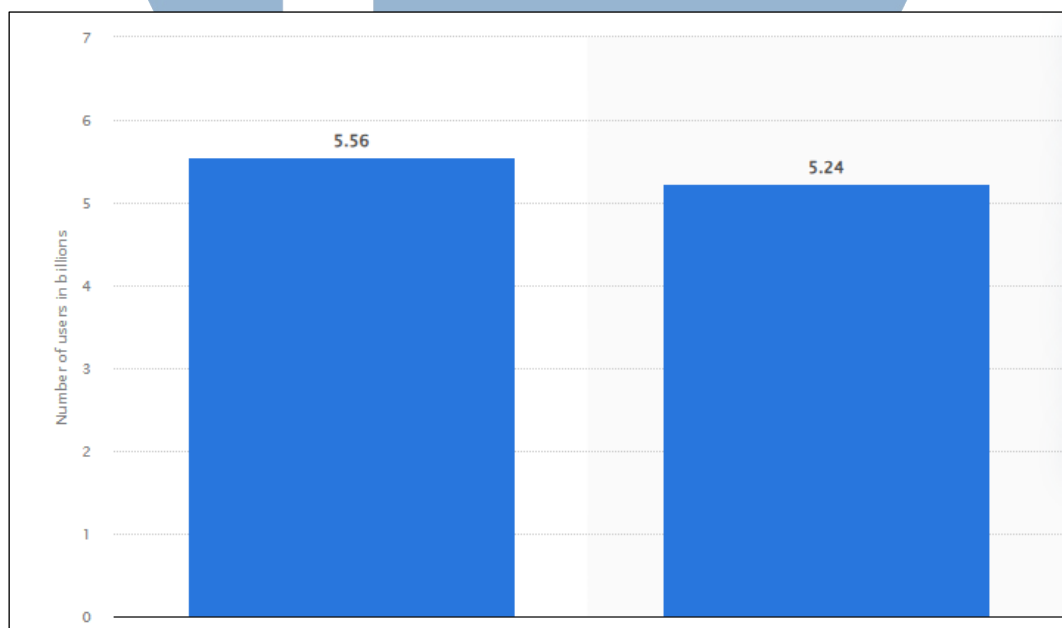
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi faktor penting yang tak bisa dipisahkan dari kehidupan masyarakat global. Berdasarkan data dari Statista tahun 2025, tercatat bahwa pada Februari 2025 terdapat 5,56 miliar pengguna internet di seluruh dunia, yang setara dengan 67,9 persen dari total populasi. Dari jumlah tersebut, sebanyak 5,24 miliar orang atau sekitar 63,9 persen populasi dunia merupakan pengguna media sosial (Statista, 2025).



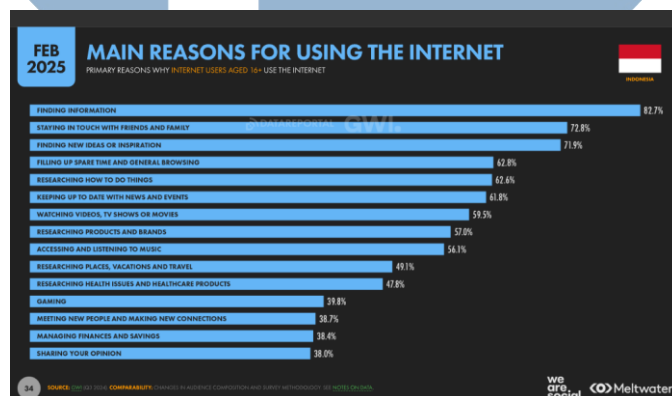
Gambar 1.1 *Number of Internet and Social Media Users Worldwide*

Sumber: Statista (2025)

Data tersebut menunjukkan bahwa saat ini media sosial telah menjadi alat utama untuk berinteraksi dengan orang lain. Media sosial dapat diartikan sebagai sebuah wadah di dunia digital yang memungkinkan penggunanya untuk berkomunikasi, bekerja sama, dan mengekspresikan diri secara bebas (Nasrullah,

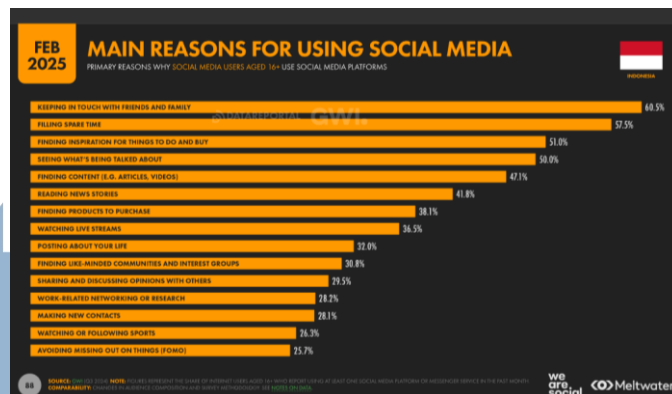
2017). Selain itu, menurut Philip Kotler dan Kevin Keller dalam buku *Marketing Management*, media sosial dimanfaatkan oleh banyak orang untuk saling berbagi konten seperti gambar, video, pesan, serta berbagai jenis informasi lainnya (Kotler & Keller, 2016).

Di Indonesia, penggunaan media sosial terus mengalami peningkatan yang signifikan setiap tahunnya. Berdasarkan laporan Digital 2024 Indonesia, tercatat bahwa jumlah pengguna aktif media sosial mencapai 5,31 miliar, meningkat sebanyak 241 juta pengguna atau sekitar 4,7 persen dibandingkan tahun sebelumnya (Hootsuite - We Are Social, 2025). Gambar 1.2 dan 1.3 menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia memanfaatkan internet dan media sosial tidak hanya sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai sarana hiburan untuk mengisi waktu luang.



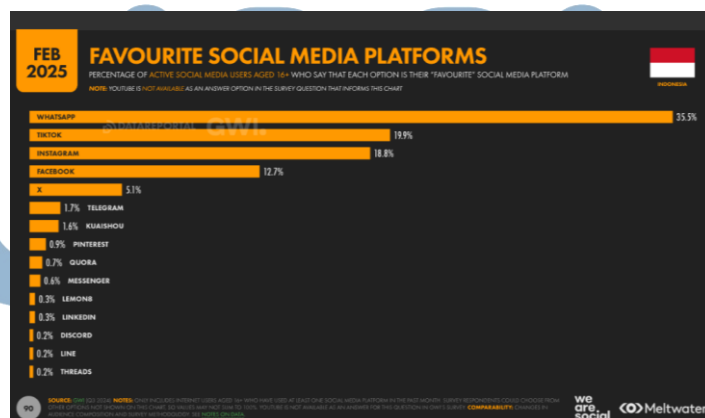
Gambar 1.2 Alasan Utama Masyarakat Indonesia Menggunakan Internet
(Sumber: Hootsuite – We Are Social, 2025)

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



Gambar 1.3 Alasan Utama Masyarakat Indonesia Menggunakan Media Sosial
(Sumber: Hootsuite – We Are Social, 2025)

Dengan hadirnya berbagai platform media sosial di internet seperti Facebook, Twitter, TikTok, dan Instagram, TikTok yang berfokus pada konten video menjadi salah satu media sosial yang paling populer. Platform ini menempati posisi kedua setelah WhatsApp sebagai media sosial yang paling sering diakses oleh masyarakat Indonesia (Hootsuite - We Are Social, 2025). Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa TikTok menjadi wadah yang ideal bagi masyarakat Indonesia untuk membagikan aktivitas sehari-hari sekaligus sebagai sumber utama memperoleh informasi.



Gambar 1.4 Platform Media Sosial Favorit Masyarakat Indonesia
(Sumber: Hootsuite – We Are Social, 2025)

Popularitas TikTok sebagai *platform* media sosial menjadi wadah yang strategis sebagai pemasaran di media sosial. Kemampuan untuk menjangkau audiens yang luas dan memicu tren viral menjadikan TikTok instrumen yang sangat efektif bagi pelaku bisnis maupun individu untuk membangun *brand awareness*, mempromosikan produk atau layanan, serta berinteraksi secara langsung dengan konsumen. Berbeda dengan *platform* lain yang mungkin lebih fokus pada teks atau gambar, TikTok memiliki format aplikasi berbasis video pendek yang memungkinkan penyampaian pesan yang lebih dinamis, kreatif, dan bersifat *engaging*. Hal ini selaras dengan teori pemasaran media sosial yang menekankan esensi konten yang relevan dan menarik untuk membangun keterlibatan audiens yang kuat. Seperti yang dijelaskan oleh Smith (2011) dalam buku *SOSTAC Guide to Your Perfect Digital Marketing Plan*, media sosial telah merekonstruksi bentuk bentuk promosi tradisional, memungkinkan terciptanya komunikasi dua arah yang lebih kuat antara merek dan konsumen, di mana TikTok adalah wujud nyata dari evolusi ini.

PT Coolvita Maju Sehat berupaya memperkuat citra positif perusahaan di mata masyarakat serta meningkatkan kesadaran merek dan loyalitas konsumen terhadap produknya. Untuk mendukung tujuan tersebut, perusahaan memiliki divisi TikTok *Project Department* yang berperan dalam menjalankan strategi pemasaran dan penjualan lewat TikTok guna membangun kesadaran merek dan meningkatkan penjualan. PT Coolvita Maju Sehat sebagai perusahaan yang berada dalam fase pertumbuhan dan pengembangan, memanfaatkan teknologi digital dalam meningkatkan kesadaran merek dan penjualannya, dan membutuhkan juga ide inovatif dan kreativitas yang luas serta selaras dengan kemajuan *tren*.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana peran Copywriter dan *Content Creator* diimplementasikan dalam bidang ritel melalui aktivitas magang di PT Coolvita Maju Sehat?

1.3 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang

Aktivitas pelaksanaan kerja magang merupakan salah satu kewajiban yang harus dipenuhi sebagai salah satu syarat kelulusan mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara. Hal ini berguna agar mahasiswa mengenal dan memiliki wawasan tentang dunia kerja di kemudian hari. Oleh karena itu, aktivitas pelaksanaan magang ini bertujuan untuk:

1. Mengetahui proses dan cara mengelola konten media sosial sesuai target pemasaran.
2. Menerapkan ilmu yang telah penulis dapatkan selama kuliah, yaitu *Social Media & Mobile Marketing Strategy* dan *Art, Copywriting, and Creative Strategy*.
3. Menambah wawasan dalam membuat *content planning*, membuat *content*, dan cara meningkatkan *engagement* pada media sosial TikTok.
4. Memperoleh pengalaman kerja secara profesional, membangun *networking*, dan relasi yang bermanfaat sebagai peluang karier di masa mendatang.

1.4 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.4.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Pelaksanaan magang penulis dilakukan sejak 10 Februari 2025 sampai 9 Juni 2025. Dengan hari kerja Senin–Jumat dan waktu kerja pukul selama 09.00–18.00 WIB.

1.4.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

A. Proses Administrasi Kampus (UMN)

- 1) Mengikuti *briefing* magang yang wajib diikuti oleh mahasiswa angkatan 2021 pada tanggal 13 Desember 2023 yang diselenggarakan oleh Fakultas Ilmu Komunikasi di Function Hall, Gedung A, UMN.

- 2) Mengisi KRS internship di myumn.ac.id dengan syarat telah menempuh 110 sks dan tidak ada nilai D & E. Serta me-request transkrip nilai dari semester awal hingga semester akhir sebelum magang di www.gapura.umn.ac.id.
- 3) Memiliki kesempatan untuk mengajukan KM-01 lebih dari satu kali melalui pengisian Google Form di e-mail untuk verifikasi tempat magang yang memenuhi persyaratan dan mendapat persetujuan dalam bentuk KM-02 (Surat Pengantar Magang) dari Kepala Program Studi.
- 4) Mengisi dan submit form KM-01 pada myumn.ac.id jika sudah mendapat perusahaan atau lembaga yang sesuai.
- 5) Selanjutnya, mengunduh form KM-03 (Kartu Kerja Magang), KM-04 (Lembar Kehadiran Kerja Magang), KM-05 (Lembar Laporan Realisasi Kerja Magang), KM-06 (Penilaian Kerja Magang), KM-07 (Verifikasi Laporan Magang) untuk kebutuhan proses pembuatan laporan magang.

B. Orientasi dan Pengenalan Perusahaan (10 Februari – 14 Februari 2025)

- 1) Mengikuti orientasi pengenalan visi, misi, dan struktur organisasi perusahaan.
- 2) Memahami peran, tugas dan tanggung jawab di divisi TikTok Project
- 3) Perkenalan dengan anggota tim dan mempelajari alur kerja di perusahaan.

C. Pendampingan dan Pelatihan Dasar (10 Februari – 21 Februari 2025)

- 1) Mengikuti pelatihan dasar di divisi TikTok *Project Department* dengan posisi sebagai *Content Editor* sekaligus *Content Creator*.
- 2) Mempelajari strategi, penugasan dan kebutuhan informasi seputar *content planning, editing, content*, dan TikTok didampingi langsung oleh kak Nurul Itqi selaku *Content Team Leader* dan *supervisor* serta Varello selaku *mentor* penulis.

- 3) Mengenal platform yang digunakan dalam pemasaran dan komunikasi perusahaan.

D. Pelaksanaan Tugas

- 1) Membantu membuat perencanaan dan pelaksanaan kampanye melalui *content planning*.
- 2) Membuat konten media sosial perusahaan.

E. Evaluasi dan Penyelesaian Program Magang

- 1) Mengisi aktivitas pengalaman kerja selama 640 jam magang.
- 2) Mengumpulkan laporan hasil kerja dan presentasi kepada pembimbing.
- 3) Menerima masukan dan evaluasi dari *supervisor* dan *mentor* terkait kinerja selama magang.



BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Singkat Perusahaan



Gambar 2.1 Logo PT Coolvita Maju Sehat

(Sumber: *Website Perusahaan* (coolvita.co.id), 2024)

Dari data yang didapat lewat *website* resmi perusahaan, PT Coolvita Maju Sehat merupakan Perusahaan Modal Asing (PMA) berbentuk Perseroan Terbatas yang bergerak di bidang ritel, khususnya dalam penjualan produk multivitamin dan suplemen. Produk-produk yang ditawarkan perusahaan ini memiliki segmentasi remaja hingga dewasa yang memiliki minat terhadap perawatan kulit dan kesehatan tubuh. PT Coolvita Maju Sehat bernaung di bawah PT Mitra Mas Sentosa, sebuah perusahaan yang fokus pada pengembangan produk di bidang kesehatan. Sebagai bagian dari ruang lingkup kesehatan modern, perusahaan ini tidak hanya menekankan kualitas produk, tetapi juga mengedepankan inovasi dan edukasi seputar gaya hidup sehat melalui *platform* digital dan media sosial.

PT Coolvita Maju Sehat di Indonesia pertama kali didirikan pada bulan September 2022 dan berlokasi di Foresta Building Loft 6 No.7, Kelurahan Legok, Kecamatan Pagedangan, Kabupaten Tangerang. Sebagai perusahaan ritel yang berkembang di Indonesia, PT Coolvita Maju Sehat menunjukkan pertumbuhan yang konsisten melalui *platform* media sosial dan e-commerce. Pertumbuhan pesat ini mendorong perusahaan untuk memperluas ruang kerjanya dengan berpindah ke kantor pusat baru yang berlokasi di Navapark North Point Unit 69-70, Kecamatan Pagedangan, Kabupaten Tangerang. Produk-produk dari PT Coolvita Maju Sehat diproduksi oleh Sirio Healthcare (Anhui) Co., sebuah perusahaan manufaktur yang

berbasis di China. Meskipun produknya di produksi dari China, perusahaan ini tetap memiliki pabrik khusus penyortiran dan penyempurnaan produk di Indonesia, namun lokasinya tetap terpisah dari kantor perusahaan yang berfokus di penyebaran dan penjualan, serta semua produknya telah mendapatkan izin edar dari Badan Pengawas Obat dan Makanan Republik Indonesia (BPOM RI) dan memiliki sertifikat Halal.

Website resmi perusahaan melampirkan informasi lengkap tentang perusahaan, katalog produk, rekomendasi produk, kerjasama produk, sampai lowongan pekerjaan. Melalui *website* perusahaan, terdapat *link* akun *official* media sosial perusahaan di Instagram dan Tiktok. Lewat *link* Tiktok, dilampirkan akun utama Coolvita Indonesia, namun terdapat beberapa akun Tiktok lainnya yang disesuaikan dengan segmentasi produk dan target pasarnya. Hal ini bertujuan agar setiap jenis produk dapat menyentuh target pasar yang sesuai dan tidak disamaratakan.

2.2 Visi Misi

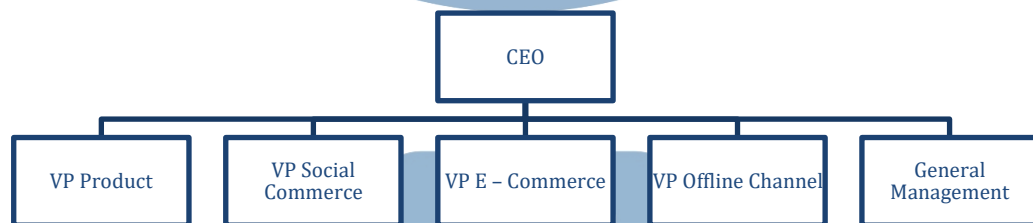
Melalui informasi profil lewat *website* perusahaan, Visi PT Coolvita Maju Sehat adalah menjadi salah satu merek kesehatan terkemuka di Indonesia dan kawasan Asia Tenggara. Perusahaan ini bertekad untuk menghadirkan solusi kesehatan yang menyeluruh dan inovatif, hal ini mencakup beberapa aspek utama yaitu pencegahan penyakit, perawatan kesehatan, serta proses penyembuhan. PT Coolvita Maju Sehat tidak hanya ingin menjadi pilihan utama masyarakat dalam memenuhi kebutuhan kesehatan, tetapi juga ingin menjadi pelopor dalam pengembangan teknologi kesehatan terkini. Dengan menempatkan kualitas, inovasi, dan pengembangan sebagai landasan, visi ini mencerminkan komitmen kuat perusahaan dalam meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat di tingkat nasional maupun regional.

Misi PT Coolvita Maju Sehat adalah menjadikan produk dan layanan di bidang kesehatan dan perawatan dapat diakses oleh semua kalangan. Perusahaan berkomitmen menyediakan akses perawatan yang berkualitas tinggi namun tetap

terjangkau, sehingga masyarakat dari berbagai latar belakang ekonomi dapat merasakannya. Tujuan dari misi ini adalah memastikan bahwa setiap individu memiliki kesempatan yang setara untuk menjaga kesehatan dan meningkatkan penampilan mereka namun tetap terjangkau. Untuk mencapai hal tersebut, PT Coolvita Maju Sehat terus berinovasi dan selalu berfokus pada kebutuhan serta kepuasan konsumen untuk memberikan kualitas terbaik dalam setiap produk yang ditawarkan.

2.3 Struktur Organisasi

Berikut ini merupakan struktur organisasi PT Coolvita Maju Sehat :



Gambar 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

(Sumber: Dokumen Perusahaan, 2025)

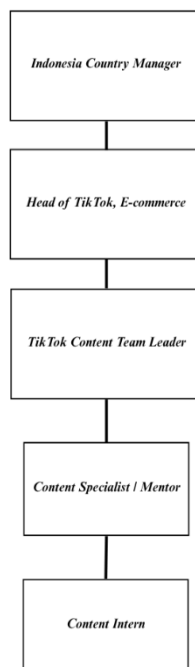
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang

Penulis berperan sebagai *Content Editor* dan *Content Creator* yang berada pada *Content Team* di dalam divisi *TikTok Project Department* dengan memegang akun media sosial TikTok @coolvita_indonesia dan @coolvita.calcium. Pekerjaan penulis diawasi langsung oleh Nurul Itqi selaku *Content Team Leader* dan Varello Sugiharto selaku *Content Specialist* di akun TikTok @coolvita_indonesia dan @coolvita.calcium yang memegang tanggung jawab hasil publikasi konten di kedua akun TikTok tersebut. Setiap harinya, pekerjaan yang dilakukan penulis akan diperiksa oleh Nurul Itqi selaku *supervisor*, yang sekaligus nantinya akan melakukan *approval* terhadap setiap *daily task* yang telah dikerjakan. Selain itu juga selama magang berlangsung, penulis dibantu dan dibimbing oleh Varello selaku *mentor*.



Gambar 3.1 Alur Koordinasi Kerja Magang
(Sumber: Dokumen Perusahaan, 2025)

Pekerjaan yang dilakukan penulis, setiap harinya diberikan oleh kak Nurul Itqi selaku *supervisor*. Tugas yang diberikan sudah meliputi jenis produk dan jumlah produksi konten per hari yang telah ditetapkan, dengan melewati proses pembuatan *content planning* yang juga sudah dilakukan pengecekan oleh *supervisor* dan *mentor* sebelum penulis membuat konten. Kemudian pengecekan kembali hasil konten yang sudah dibuat penulis, oleh *mentor* dan *supervisor* sebelum diunggah ke TikTok @coolvita_Indonesia dan @coolvita.calcium. Selama proses pembuatan *content planning*, penulis wajib melampirkan dengan lengkap, struktur pembuatan video konten dan contoh ide referensi untuk konten yang akan dibuat.

3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang

Penulis bekerja selama kurang lebih 4,5 bulan dan dilakukan dengan *Work From Office* (WFO). Penulis mendapat 2 *role* pekerjaan, yang selama kerja magang berlangsung penulis bekerja sebagai *Content Editor* dan *Content Creator*. Pekerjaan sebagai *Content Editor* secara intensif dilakukan saat 1 bulan pertama bekerja, kemudian terjadi perubahan ketentuan produksi konten dari tim marketing yang menyebabkan intensitas pekerjaan sebagai *Content Editor* berkurang. Di bulan berikutnya sampai hari akhir kerja magang, penulis lebih banyak menghabiskan waktu pekerjaan sebagai *Content Creator*, dengan diselingi beberapa pekerjaan sebagai *Content Editor*. Terdapat hari atau minggu, dimana penulis ditugaskan sebagai *Content Creator* saja.

Tabel 3.1 Tabel *Daily task*

No.	Tanggal	Keterangan
1	10-02-2025	Orientasi lingkungan kerja, <i>briefing</i> alur pengerjaan dan sistematika konten dengan mentor dan supervisor, trial pengerjaan edit konten <i>livestream</i>
2	11-02-2025	Mengedit 10 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script</i> , <i>caption</i> , <i>visual effect</i> , dan <i>cta</i> yang sesuai dengan tujuan marketing bulan ini
3	12-02-2025	Mengedit 10 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script</i> , <i>caption</i> , <i>visual effect</i> , dan <i>cta</i> yang sesuai

		dengan tujuan marketing bulan ini
4	13-02-2025	Mengedit 10 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script</i> , <i>caption</i> , <i>visual effect</i> , dan <i>cta</i> yang sesuai dengan tujuan marketing bulan ini
5	14-02-2025	Mengedit 5 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script</i> , <i>caption</i> , <i>visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini
6	17-02-2025	Mengedit 5 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script</i> , <i>caption</i> , <i>visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini
7	18-02-2025	Mengedit 5 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script</i> , <i>caption</i> , <i>visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini
8	19-02-2025	Mengedit 5 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script</i> , <i>caption</i> , <i>visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini
9	20-02-2025	Mengedit 5 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script</i> , <i>caption</i> , <i>visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini
10	21-02-2025	Mengedit 5 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script</i> , <i>caption</i> , <i>visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 20 video dari tim <i>Content Creator</i> .
11	24-02-2025	Mengedit 5 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script</i> , <i>caption</i> , <i>visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 20 video dari tim <i>Content Creator</i> .
12	25-02-2025	Mengedit 5 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script</i> , <i>caption</i> , <i>visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 20 video dari tim <i>Content Creator</i> .
13	26-02-2025	Mengedit 5 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script</i> , <i>caption</i> , <i>visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 20 video dari tim <i>Content Creator</i> .
14	27-02-2025	Mengedit 5 konten video <i>livestream</i> dengan membuat

		<i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 20 video dari tim <i>Content Creator</i> .
15	28-02-2025	Mengedit 5 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 20 video dari tim <i>Content Creator</i> .
16	03-03-2025	Mengedit 5 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 20 video dari tim <i>Content Creator</i> .
17	04-03-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim <i>Content Creator</i> .
18	05-03-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim <i>Content Creator</i> .
19	06-03-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim <i>Content Creator</i> .
20	07-03-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim <i>Content Creator</i> .
21	03-03-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim <i>Content Creator</i> .
22	10-03-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim <i>Content Creator</i> .
23	11-03-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu

		mengedit 10 video dari tim <i>Content Creator</i> .
24	12-03-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script</i> , <i>caption</i> , <i>visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim <i>Content Creator</i> .
25	13-03-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script</i> , <i>caption</i> , <i>visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim <i>Content Creator</i> .
26	14-03-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script</i> , <i>caption</i> , <i>visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim <i>Content Creator</i> .
27	17-03-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script</i> , <i>caption</i> , <i>visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim <i>Content Creator</i> .
28	18-03-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script</i> , <i>caption</i> , <i>visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim <i>Content Creator</i> .
29	19-03-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script</i> , <i>caption</i> , <i>visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim <i>Content Creator</i> .
30	20-03-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script</i> , <i>caption</i> , <i>visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim <i>Content Creator</i> .
31	21-03-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script</i> , <i>caption</i> , <i>visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim <i>Content Creator</i> .
32	24-03-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script</i> , <i>caption</i> , <i>visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim <i>Content Creator</i> .

33	25-03-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script</i> , <i>caption</i> , <i>visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim <i>Content Creator</i> .
34	26-03-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script</i> , <i>caption</i> , <i>visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim <i>Content Creator</i> .
35	08-04-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script</i> , <i>caption</i> , <i>visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim <i>Content Creator</i> .
36	09-04-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script</i> , <i>caption</i> , <i>visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim <i>Content Creator</i> .
37	10-04-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script</i> , <i>caption</i> , <i>visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim <i>Content Creator</i> .
38	11-04-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script</i> , <i>caption</i> , <i>visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
39	14-04-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script</i> , <i>caption</i> , <i>visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
40	15-04-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script</i> , <i>caption</i> , <i>visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 4 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
41	16-04-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script</i> , <i>caption</i> , <i>visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official

		Coolvita.
42	17-04-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script</i> , <i>caption</i> , <i>visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
43	21-04-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script</i> , <i>caption</i> , <i>visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
44	23-04-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script</i> , <i>caption</i> , <i>visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
45	24-04-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script</i> , <i>caption</i> , <i>visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
46	25-04-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script</i> , <i>caption</i> , <i>visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
47	28-04-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script</i> , <i>caption</i> , <i>visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
48	29-04-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script</i> , <i>caption</i> , <i>visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
49	30-04-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script</i> , <i>caption</i> , <i>visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan

		mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
50	02-05-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
51	05-05-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
52	06-05-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
53	07-05-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
54	08-05-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
55	09-05-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
56	14-05-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
57	15-05-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan

		arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
58	16-05-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
59	19-05-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
60	20-05-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
61	21-05-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
62	22-05-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
63	23-05-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
64	26-05-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
65	27-05-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat

		<i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
66	28-05-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
67	02-06-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
68	03-06-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
69	04-06-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
70	05-06-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
71	10-06-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
72	11-06-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script, caption, visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.

73	12-06-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script</i> , <i>caption</i> , <i>visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
74	13-06-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script</i> , <i>caption</i> , <i>visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
75	16-06-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script</i> , <i>caption</i> , <i>visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
76	17-06-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script</i> , <i>caption</i> , <i>visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
77	18-06-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script</i> , <i>caption</i> , <i>visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
78	19-06-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script</i> , <i>caption</i> , <i>visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.
79	20-06-2025	Mengedit 3 konten video <i>livestream</i> dengan membuat <i>script</i> , <i>caption</i> , <i>visual effect</i> , dan <i>cta</i> sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.

Pekerjaan penulis sebagai *Content Editor*, memiliki tugas menjadi *Copywriter* dan melakukan *copywriting* dari video *live stream* akun TikTok official Coolvita. Penulis mengambil potongan video *live stream* 24 jam dari beberapa akun

TikTok official Coolvita yang sudah ditentukan dan diberikan oleh *supervisor*. Dari durasi video *live stream* selama 24 jam, telah diberikan *time stamp* sebagai penanda detik video yang harus dipotong dan diedit untuk produksi konten harian di akun TikTok official Coolvita. Hasil potongan video yang akan diedit, memiliki durasi 15 sampai 20 detik, dan isi dari video tersebut berupa momen *host live stream* menjelaskan cara kegunaan, manfaat, serta promosi produk. Penulis bertugas untuk menambahkan efek video yang memiliki gaya tren terbaru serta kreatif, *hook* konten, penulisan *Call to Action* (CTA) produk dan Unique Selling Proposition (USP) produk, serta informasi dan elemen tambahan yang mendukung informasi yang telah dijelaskan *host* lewat video tersebut.

Penulis diberikan instruksi oleh *supervisor* berupa poin-poin penting yang harus dimasukkan ke dalam editan video dan mendapat kebebasan menentukan gaya mengedit video serta menggunakan instrumen pendukung untuk editan video tersebut. Contoh instrumen pendukung editan adalah potongan video konten dari Key Opinion Leader (KOL) yang memiliki kontrak dengan PT Coolvita Maju Sehat untuk digital marketing dan potongan video dari akun affiliate di TikTok yang mempromosikan produk dan bekerjasama dengan Coolvita. Potongan potongan video ini sudah melewati tahap kurasi oleh tim *content specialist* dan sudah aman untuk digunakan berulang kali di editan video yang berbeda.

Penulis juga melakukan *copywriting* untuk membuat *script* berupa kalimat yang akan disebutkan oleh *host* di *live stream*. *Script* ini bertujuan untuk menarik atensi penonton dalam mengenali produk dan mempersuasi untuk melakukan pembelian produk. *Script* yang dibuat oleh penulis memiliki keterikatan dengan kondisi penonton sebagai target pasar, sehingga ketika apa yang dibicarakan oleh *host* menjadi *relate* ke penonton, kalimat ajakan akan menjadi poin yang kuat untuk meningkatkan minat dan meyakinkan penonton, percaya kepada informasi yang diberikan ataupun ditawarkan. Kalimat *script* berupa *hook* promo, informasi harga, informasi kandungan dan manfaat produk, serta *Call to Action* (CTA). Struktur penulisan *script* awalnya diberikan oleh *mentor*, kemudian dikerjakan oleh penulis, yang setelah sudah jadi akan diteruskan ke pihak tim *live stream*.

Script ini menjadi *briefing* untuk para *host live stream*, yang berguna untuk meningkatkan minat, loyalitas dan angka penjualan, juga menjadi bahan potongan video editan yang berguna untuk penulis sebagai *Content Editor*. Seperti yang disebutkan oleh Kotler dan Keller lewat buku *Marketing Management, copywriting* memegang peran yang krusial dalam menarik minat pelanggan dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian. Bukan hanya menyusun kata-kata, melainkan bentuk seni yang efektif dalam mempersuasi, yang bertujuan untuk mempengaruhi emosi dan keputusan audiens. Pesan yang dibuat melalui *Copywriting* harus kuat dan relevan dengan kebutuhan serta keinginan pelanggan agar mereka tertarik dan akhirnya membeli (Kotler & Keller, 2016). Hal tersebut juga selaras dengan pembelajaran yang penulis terapkan selama berkuliah di Universitas Multimedia Nusantara mengenai *marketing communication* yang salah satu wujudnya adalah *copywriting*.

Kemudian, pekerjaan penulis sebagai *Content Creator*, memiliki tugas untuk memproduksi video konten dengan jenis produk dan target pasar yang telah ditentukan oleh *content team leader*. Setiap harinya, seluruh anggota tim konten termasuk anggota magang akan diberikan instruksi dan pembagian jenis produk yang harus dibuat hari tersebut. Pembagian ini meliputi jenis produk, jenis promosi konten (*hard selling* atau *soft selling*), dan jumlah produksi konten. Jenis promosi konten menjadi acuan utama *Content Creator* dalam membuat video konten, karena mempengaruhi gaya pembuatan konten, elemen dan efek yang digunakan, *hook* konten, *voice over*, dan teknik penyampaian pesan yang tepat. Setiap jenis produk yang sudah dibagikan untuk produksi video konten, memiliki Unique Selling Proposition (USP) produk yang berbeda dan *Call to Action* (CTA) produk yang bisa berubah per hari ataupun per minggunya.

Call to Action (CTA) produk untuk jenis produk di video konten memiliki banyak variasi, seperti nama paket produk, harga *bundling* produk, promo terbatas/spesial, sampai urgensi atau ajakan untuk segera membeli produk tersebut. *Hook* konten merupakan syarat wajib membuat video konten, *hook* dapat berbentuk teks dan *footage*. Jika *hook* di awal video konten sudah dianggap menarik,

ketertarikan audiens akan terbangun, yang menyebabkan video konten akan ditonton sampai akhir video. Strategi pembuatan dan alur video konten juga menjadi hal yang penting, karena setelah *hook* yang menarik, teknik pengambilan *footage* dan *Call to Action* (CTA) produk menjadi titik pemicu/*trigger point* yang mengarahkan minat audiens yang sudah terbangun oleh isi konten, ke dalam tindakan pembelian produk. Hal ini sejalan dengan apa yang disebutkan Smith dalam buku yang berjudul *SOSTAC® Guide to Your Perfect Digital Marketing Plan*, dimana konten yang dibuat di media sosial harus mampu menciptakan dialog dan mendorong interaksi, yang kemudian dapat diakhiri dengan *Call to Action* (CTA) yang jelas untuk memandu konsumen ke langkah selanjutnya dalam tahap *social media marketing* (Smith, 2011). Hal ini juga selaras dengan apa yang penulis pelajari selama berkuliah di Universitas Multimedia Nusantara mengenai *promotional mix*, yang salah satu wujudnya adalah *social media marketing*.

3.2.1 Tugas Kerja Magang

Tugas yang dilakukan penulis sebagai *Content Editor* dan *Content Creator* dalam aktivitas kerja magang adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2 Tugas Kerja Magang

Content Editor	Mengambil footage potongan video <i>live stream</i> dari akun TikTok official Coolvita, memproduksi 3-5 editan video konten per hari. Melakukan <i>copywriting</i> dengan menulis <i>script</i> untuk <i>host live stream</i> sebagai CTA yang akan dipakai di editan video.
Content Creator	Memproduksi 3-5 video konten per hari, berdasarkan instruksi pembagian jenis produk dan jenis konten yang diberikan oleh <i>content team leader</i> . Membuat <i>content planning</i> , <i>Shooting Footage Video</i> , <i>Voice Over</i> , dan mengedit video konten.

Berikut, *timeline* tugas yang dilakukan penulis selama proses kerja magang berlangsung :

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Tabel 3.3 *Timeline Kerja Magang*

Kegiatan	Februari			Maret					April					Mei					Juni	
	1	2	3	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	4	1	2
<i>Content Creator</i>																				
<i>Content Editor</i>																				

3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

A. *Content Editor*

Pelaksanaan aktivitas kerja sebagai *Content Editor* dapat dijabarkan menggunakan kerangka AIDA yang dikembangkan oleh Kotler dan Keller (2016), yang menyatakan model pemasaran lewat *copywriting* meliputi tahapan Attention (Perhatian), Interest (Minat), Desire (Keinginan), dan Action (Tindakan).

1) Attention

Tahap awal pekerjaan *Content Editor* sebagai *Copywriter* adalah mengenali target audiens dan menciptakan *awareness* atau kesadaran merek (Kotler & Keller, 2016). Melalui analisa yang dilakukan penulis dalam mengenali target audiens di setiap *footage* potongan video yang akan diolah menjadi editan video, penulis akan menentukan target audiens yang tepat. Seperti, *footage* video membahas produk yang fokus untuk tumbuh kembang anak, maka dapat ditentukan target audiensnya adalah para ibu. Setelah mengetahui target audiensnya, menarik perhatian audiens tersebut adalah langkah awal pembuatan *script* dan gaya editan video konten. Melalui ide yang inovatif, *headline* yang menarik, visual yang menonjol, dan kalimat yang efektif, target pembuatan *script* dan editan video konten bertujuan untuk membuat calon pelanggan menyadari keberadaan produk.

Penulis membuat rencana awal alur penulisan *script* dan *footage* video, berupa *hook text* 3-5 detik atau *thumbnail text* yang menarik perhatian audiens. Seperti contoh gambar 3.2 “Promo Spesial Hari ini” dan gambar 3.3 untuk video editan menggunakan footage yang meriah.



Gambar 3.2 *Hook Text* dan *Hook Footage* Video Editan
(Sumber: Dokumen Penulis, 2025)

[Hook Promo: Durasi 5 detik]

Bunda, ini serius lho! 5 box DHA Gummy plus 2 pouch fiber drink cuma 199 ribuan aja. Hemat banget!

Gambar 3.3 *Hook Text Script Host Live Stream*
(Sumber: Dokumen Penulis, 2025)

Jenis *hook* yang heboh dapat menarik audiens dengan cepat dibandingkan dengan alur video yang santai, karena tujuan penulis adalah meraih minat audiens secara instan di awal video.

2) Interest

Selanjutnya penulis membangkitkan minat audiens dengan menyusun pesan yang tidak hanya berisi informasi, tetapi juga menarik

secara efektif dan emosional. Dengan menunjukkan bagaimana produk yang ditawarkan dapat memenuhi kebutuhan atau memecahkan masalah audiens. Minat dibangun dengan menyajikan fitur dan keunggulan produk yang relevan, serta menunjukkan bagaimana produk tersebut dapat memberikan solusi nyata.

[Pain Point: Durasi 3 detik]

Untuk bunda bunda, si kecil sering ngeluh susah fokus pas belajar? Atau cepet capek otaknya?

[Info Harga: Durasi 2 detik]

Langsung aja bund, cuma 199 ribuan dapet paket lengkapnya!

Gambar 3.4 *Script* Kalimat Pembangun Minat Audiens

(Sumber: Dokumen Penulis, 2025)

Seperti contoh gambar 3.4, dengan menghubungkan permasalahan kesehatan yang sering dialami oleh audiens dan juga menyelipkan promo singkat. Hal ini dilakukan agar minat audiens akan terbangun untuk menerima informasi lebih lanjut karena adanya keterikatan audiens dengan pesan video tersebut.

3) **Desire**

Selanjutnya adalah tahap keinginan, yang merupakan puncak dari persuasi. Menurut Kotler dan Keller (2016), pada tahap ini *marketer* harus mampu mengubah minat pasif menjadi keinginan yang kuat untuk memiliki produk atau layanan. Di tahap inilah, penulis mulai memasuki aspek penting dalam mengedit konten video, melibatkan penekanan pada manfaat emosional, gaya hidup, atau aspirasi yang dapat diwujudkan melalui produk, serta melibatkan *footage* testimoni dari *Key Opinion Leader* (KOL),

demonstrasi produk yang meyakinkan, dan penekanan pada pengalaman pengguna produk.

Gambar 3.5 *Script* Kalimat Persuasi Audiens
(Sumber: Dokumen Penulis, 2025)



Gambar 3.6 *Footage* KOL sebagai Editan Video
(Sumber: Dokumen Penulis, 2025)

Hal ini bertujuan untuk menciptakan koneksi emosional yang mendalam, membuat audiens merasa bahwa mereka *membutuhkan* produk tersebut dalam hidup mereka. Seperti contoh gambar 3.5 yang menawarkan kandungan berkualitas dan manfaat dari produk, serta gambar 3.6 yang memperlihatkan footage Iis Dahlia sebagai *Key Opinion Leader* (KOL)

memberikan informasi dan manfaat bagi dirinya. Hal tersebut membangun kepercayaan audiens untuk ikut mengikuti apa yang digunakan *Key Opinion Leader* (KOL) karena memiliki citra yang dikenal baik di masyarakat.

4) Action

Tahap terakhir adalah tindakan, yang merupakan tujuan akhir dari komunikasi pemasaran. Kotler dan Keller (2016) menekankan pentingnya memiliki *Call to Action* (CTA) yang jelas dan mudah dimengerti. Penulis menggunakan CTA sebagai petunjuk informasi utama yang ingin diberi, seperti pesan singkat promo produk, panduan pembelian, dan urgensi melakukan pembelian.



Gambar 3.7 CTA Video Konten
(Sumber: Dokumen Penulis, 2025)

[CTA: Durasi 7 detik]

Jangan tunggu lama ya bunda, ini pas banget buat nemenin anak siap ujian atau belajar intens.
Yuk, langsung klik checkout!

[Bumper out]

Coolvita

Gambar 3.8 CTA Script Host Live Stream
(Sumber: Dokumen Penulis, 2025)

CTA wajib ditempatkan di akhir video konten, namun juga dapat diselipkan di awal atau tengah video. Contohnya adalah kalimat “Join Live Sekarang” pada gambar 3.7 dan kalimat untuk *script* pada gambar 3.8.

Penulis melakukan proses edit konten video *live stream* lewat aplikasi *smartphone* bernama CapCut. Dalam proses membuat video, penulis menggunakan banyak elemen pendukung, dari *bumper effect*, *sound effect*, pemilihan musik, penggunaan *subtitle*, sampai jenis *font text* agar mencapai keberhasilan konten video yang diedit.

B. Content Creator

Pekerjaan penulis sebagai *Content Creator* dapat dijabarkan melalui metode SOSTAC, yaitu *Situation Analysis* (Analisis Situasi), *Objectives*, *Strategy* (Tujuan), *Tactics* (Taktik), *Actions* (Tindakan), dan *Control* (Kontrol) (Chaffey & Fiona, 2019).

1) Situation Analysis

Pekerjaan penulis dimulai dengan menganalisis gaya pembuatan konten melalui proses *content planning*. Penulis bersama anggota tim konten lainnya akan mendapatkan pembagian jenis produk dan jenis konten yang berbeda beda setiap harinya, yang diberikan oleh *content team leader*. Jenis produk yang didapat oleh seorang *Content Creator* setiap harinya juga beragam, dapat berupa 1 jenis produk atau paket *bundle* produk. Jenis konten yang dimaksud disini adalah konten bertipe *soft selling* dan *hard selling*. Dalam sehari, penulis akan memproduksi 3 video konten dari instruksi pembagian konten yang telah diberikan.

Dewe	Trending	[HARDESELLING - Coolvita Calcium] 5 Calcium CTA cart/live Paket Kalsium Bantu Tinggi Beli 5 Botol isi 150 sachet DISKON 79% dari harga 729,500 (coret), jadi CUMA 160ribuan	https://youtube.com/shorts/rzOX_TiCs9Q?si=_dIGItE8_VBI5g
Dewe	Pain Point	[SOFTSELLING- Coolvita Calcium] 5 box DHA gummy + 2 pouch fiber RTD - CTA Live	kreasi footage

Gambar 3.9 *Draft Content Planning*
(Sumber: Dokumen Perusahaan, 2025)

Tahap awal pembuatan konten adalah melakukan riset dan analisa di media sosial, mengenai referensi gaya pembuatan konten, tren, ataupun video konten yang sudah pernah dibuat *Content Creator* lain dan *Content Creator affiliate* TikTok. Setelah menentukan referensi konten yang akan dipakai, penulis mencantumkan link referensi konten atau penjelasan ide konten di *draft content planning* khusus tim *content creator* yang nantinya akan di cek oleh *content team leader*. Sebagai bagian dari penjelasan gambar 3.9, Penulis diberikan kebebasan mencari dan memilih ide referensi konten di media sosial, bahkan bisa menuangkan hasil ide sendiri tanpa mencantumkan link referensi, namun dengan catatan mengikuti peraturan yang sudah ditentukan seperti tidak mengandung unsur SARA, plagiat, dsb. Karena semua hasil konten yang akan di *upload* di akun TikTok *official* Coolvita harus melewati proses pengecekan *Quality Control* (QC) dan menjadi bahan pertimbangan *content team leader* agar akun *official* perusahaan tidak terkena sanksi *content violation* di TikTok.

2) *Objectives*

Tahap berikutnya adalah menentukan tujuan spesifik dari *brief* konten yang sudah dibagikan. Penulis menentukan efektivitas konten yang akan dibuat harus sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan. Seperti contoh, penulis mendapatkan jenis konten *hard selling* sehingga objektif utamanya adalah mempromosikan promo harga dan mempersuasi audiens untuk melakukan pembelian produk, sedangkan untuk jenis konten *soft selling*, objektif utamanya berupa pengenalan produk dan manfaatnya atau meningkatkan *brand awareness* produk. Setelah memahami jenis kontennya, objektif berikutnya adalah menentukan target audiens. Seperti contoh, penulis seringkali mendapat pembagian akun konten di @coolvita.calcium yang target audiensnya adalah remaja *Gen Z* sampai remaja dewasa *Millenial* dan rata rata penontonnya adalah pria. Hal ini menjadikan penulis membuat konten yang *relate* dengan gaya dan budaya

sosial remaja, berfokus pada konten yang mudah dimengerti, santai, dan menghibur.

Sedangkan, ketika penulis mendapat pembagian akun konten di @coolvita_indonesia yang target audiensnya mencakup berbagai segmentasi di kalangan masyarakat, konten yang dibuat penulis harus lebih formal dan *relate* dengan rata rata masyarakat umum. Teknik penyebutan kalimat untuk *Unique Selling Proposition* (USP) produk dan *Call to Action* (CTA) juga harus dipilih, karena setiap jenis produk, jenis konten, dan jenis akun memiliki tipe yang berbeda. Dari penggunaan kalimat yang formal sampai penggunaan *slang words* memiliki porsi dan tempatnya masing masing. Lalu, penulis juga menyesuaikan teknik pengambilan *footage* video konten yang tepat dengan objektif yang telah ditentukan, dimulai dari *cinematic* produk, kehadiran banyak *talent*, kreativitas bentuk atau susunan produk, sampai penggunaan gimik untuk menambah ketertarikan audiens.

3) *Strategy*

Selanjutnya adalah perencanaan strategi untuk mencapai objektif yang telah ditentukan. Penulis mulai menyusun ide yang akan dipakai dalam pembuatan konten, ide tersebut dituliskan ke dalam *draft content planning* untuk mendapat persetujuan dari *content team leader*. Dimulai dari pemilihan hook text 3 detik di awal video sebagai kalimat pembuka yang menarik perhatian audiens, kemudian *hook footage* 3 detik yang juga mendukung *hook text* untuk menarik perhatian audiens, setelah itu penjabaran alur video konten. Setiap jenis konten (*hard selling* atau *soft selling*) memiliki tipe konten yang beragam juga, penulis memiliki kebebasan untuk memilih tipe konten yang akan dibuat berdasarkan pembagian kategori tipe konten di dalam jenis konten (*hard selling* atau *soft selling*). Seperti contoh gambar 3.10, penulis ingin membuat konten yang membawa latar keresahan sehari hari, maka tipe konten tersebut termasuk dalam kategori *pain point*.

Dewe	Trending	[HARDESELLING - Coolvita Calcium] 5 Calcium CTA cart/live Paket Kalsium Bantu Tinggi Beli 5 Botol isi 150 sachet DISKON 79% dari harga 729,500 (coret), jadi CUMA 160ribuan	https://youtube.com/shorts/rzOX_TICs9Q?si=dIGliE8_VBI5g	HAH CAL CIUM?	talent nyusun tablet calcium tulis huruf CAL, terus kameramen nanya "hah c a l, cium nya mana?" talent cium kamera dan transisi binatang nyium terus masuk ke usp promo
Dewe	Pain Point	[SOFTSELLING- Coolvita Calcium] 5 box DHA gummy + 2 pouch fiber RTD - CTA Live	kreasi footage	tag adek lo yang dikit dikit lupa	turun motor pake helm, ke toilet ngaca helmnya masih di pake pause screen abu abu ada vo dan text : jangan kayak dia yang lupa lupa terus, ada dha gummy yang bisa jaga kefokuskan dan daya ingat kamu, masuk ke usp

Gambar 3.10 Draft Content Planning
(Sumber: Dokumen Perusahaan, 2025)

ci hard dha + fiber
Dha mu kurang tercukupi ? (pegang 1 box blakangnya banyak)
cukupi kebutuhan mu dengan 700 mg dha algae oil dalam satu box (buka box liatin gummy)
Takut kandungan gula & kalori nya tinggi ? (pegang 1 sachet)
Engga dong kalori nya hanya 10 kalori (pegang gummy)
Kesal karna habis nya terlalu cepat ? (box sisa 1 gummy)
Harga asli 1 box dha gummy itu 60 ribu (pegang 1 box)
Kalo 5 box Harga normal nya 1,257,600 (5 box)
sekarang kamu hanya perlu 270 ribuan saja untuk mendapatkan 5 box bonus 2 fiber (5box tambahin 2 fiber)
cek di keranjang kuning dan temukan kejutan mu

Gambar 3.11 Script Voice Over Penulis
(Sumber: Dokumen Penulis, 2025)

Setelah *content planning* selesai dan sudah di *approve* oleh *content team leader*, berlanjut ke tahap penyusunan *script voice over*. Setiap *Content Creator* diberi kebebasan menggunakan cara apapun untuk membuat konten mereka, penulis memiliki cara sendiri untuk membuat konten yaitu menulis *script* dan adegan atau *footage* untuk video seperti pada gambar 9.11. Hal ini bertujuan sebagai pedoman penulis menjalankan alur pembuatan konten. *Script* penulis telah disesuaikan dengan *content planning* yang telah dibuat, dengan memperhatikan penggunaan kata atau adegan yang dilarang dari kode etik pembuatan konten, baik dari *content team leader* maupun kebijakan aplikasi TikTok.

4) Tactics

Melanjutkan strategi yang telah dibuat, tahap penentuan taktik diimplementasikan dalam bentuk perencanaan adegan dan *footage* yang

penulis buat untuk keberlangsungan produksi video konten. Di tahap ini, penulis akan mempertimbangkan dan memilih pengambilan *footage* yang tepat agar selaras dengan kalimat *voice over* yang telah dibuat. Hal tersebut berguna agar hasil video konten memiliki estetika atau kualitas, alur yang jelas, dan pesan yang tepat untuk disampaikan ke audiens.

5) **Action**

Pada tahap ini, penulis menerapkan semua yang sudah direncanakan di *content planning* dan *script* penulis. Dimulai dari melakukan *voice over* dengan teknik intonasi dan pengucapan yang beragam dan disesuaikan dengan alur *script* video, serta menyusun durasi *voice over* lewat aplikasi edit CapCut. Kemudian, memulai *shooting* pengambilan *footage* video sesuai dengan alur pembuatan konten yang telah direncanakan, penulis terbiasa dibantu dan membantu sesama anggota *Content Creator* dalam proses *shooting* video konten. Proses bekerjasama dengan *Content Creator* lain juga dapat memunculkan ide baru dan perubahan rencana alur pembuatan konten. Setelah *footage* sudah terkumpul dengan lengkap, penulis berlanjut ke proses mengedit konten.

Ketika mengedit konten, penulis memasukan semua yang sudah direncanakan di *content planning*, meliputi *hook*, *voice over*, dan *footage* video. Dalam proses *editing*, penulis menambahkan banyak elemen pendukung agar video sesuai dengan jenis konten yang telah ditetapkan, meliputi *sound effect*, *video effect*, transisi, *footage* pendukung (logo, sticker, atau gambar), musik, serta *Unique Selling Proposition* (USP) produk dan *Call to Action* (CTA).

6) **Control**

Tahap terakhir adalah memantau dan mengevaluasi, dimana penulis mengupload hasil konten ke grup khusus tim *Content Creator* untuk pengecekan *Quality Control* (QC) oleh *mentor* dan *supervisor*. Setelah dinyatakan aman, konten di upload ke google drive khusus pengumpulan

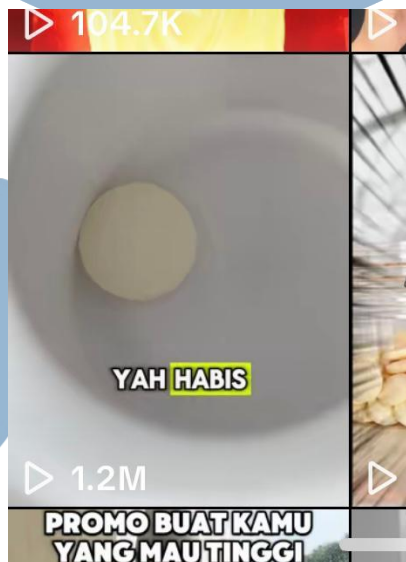
konten harian, yang kemudian *link* video yang sudah di *upload*, di taruh lagi di kolom khusus pengecekan konten oleh tim *business development*. Pengecekan video konten ini bertujuan untuk memfilter elemen elemen berupa kalimat, teks, ataupun visual yang melanggar kebijakan kode etik aplikasi TikTok. Kemudian, penulis melakukan proses *monitoring* di hari esok, untuk melihat *approval* dan tidaknya dari tim *business development*, jika tidak di *approve*, maka tim *business development* akan memberikan poin yang harus direvisi.

Setelah konten sudah dikategorikan aman, maka para *content specialist* akan melakukan *upload* video konten ke akun TikTok *official* sesuai pembagian video konten di beberapa akun tersebut. Setiap seminggu sekali, tepatnya setiap hari Jumat terdapat aktivitas evaluasi bersama bernama *weekly report*. Evaluasi ini berisi perkembangan jumlah *viewer* video dari hasil konten yang telah di *upload* lewat berbagai akun *official* TikTok Coolvita pada minggu lalu, jika anggota tim *Content Creator* ada yang berhasil menembus angka tertinggi, maka videonya akan dianalisis dan menjadi referensi *Content Creator* lain untuk meniru video tersebut. Terdapat juga hasil evaluasi bulanan top *creator*, yang setiap *Content Creator* akan dibagikan oleh *content team leader* hasil kenaikan dan penurunan data penjualan dari video yang telah mereka buat. Data penjualan ini disebut sebagai *Gross Merchandise Value* (GMV), dan data tersebut dikumpulkan dari video yang menggunakan keranjang kuning di TikTok.

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



Gambar 3.13 Top Views Video Konten Penulis per 20 Juni 2025
(Sumber: Dokumen Penulis, 2025)



Gambar 3.12 Isi Konten Akun TikTok @coolvita.calcium
(Sumber: Dokumen Penulis, 2025)

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



Gambar 3.14 Jumlah *Follower* Akun TikTok @coolvita.calcium per 23 Mei 2025

(Sumber: Dokumen Penulis, 2025)

Selama bekerja sebagai *Content Creator*, rentang jumlah *viewer* dari konten yang penulis produksi berkisar di angka 5 ribu sampai 1 juta *viewer*. Jumlah *viewer* dari hasil produksi konten penulis bersifat fluktuatif, dimana per minggunya bisa berubah seiring berjalannya waktu. Variasi jumlah *viewer* konten penulis dalam satu minggu, berada di angka 5 ribu sampai 60 ribu *viewer* dan 100 ribu sampai 300 ribu *viewer*. Beberapa pencapaian penulis selama magang sebagai *Content Creator* adalah berhasil mendapatkan video *views* sebanyak 1 juta lebih secara organik, yang tanpa bantuan fitur *ads* berbayar (gambar 3.13), kemudian bersama beberapa *Content Creator* lain, penulis berhasil membantu meningkatkan jumlah pengikut akun @coolvita.calcium dari hari pertama akun dibuat (22 pengikut) pada tanggal 15 April 2025 sampai tanggal 12 Juni 2025 (4.804 pengikut) sebanyak 66.67% (gambar 3.14).

3.2.3 Kendala Utama

Kendala utama penulis selama melakukan kerja magang adalah :

1. Kendala dalam memeriksa kalimat yang berpotensi terkena pelanggaran kode etik TikTok. Ketika melakukan *copywriting*, seperti membuat *script* dan kalimat yang memiliki ajakan persuasi serta efektif, seringkali dibatasi oleh beberapa kalimat yang tidak bisa digunakan. Meskipun dari pihak tim *Content Creator* memiliki daftar kalimat yang berpotensi terkena pelanggaran kode etik TikTok, hal tersebut tidak *up to date*, sehingga banyak kata kata baru yang bisa terkena pelanggaran.
2. Penulis sering melakukan kesalahan dalam penulisan kalimat, ejaan, dan tanda baca, sehingga sering mendapat revisi dari *mentor*. Hal tersebut

mengakibatkan pengaruh kualitas konten yang menurun dan memperlambat proses kerja, karena harus melakukan revisi beberapa kali.

3.2.4 Solusi

Solusi yang dapat diberikan penulis dalam menghadapi kendala yang terjadi selama proses kerja magang adalah :

1. Tim *Content Creator* dapat melakukan pembaruan kalimat yang berpotensi terkena pelanggaran kode etik TikTok serta rutin memperbarui informasi tiap minggunya, agar tidak menghambat kinerja produksi konten harian dan proses QC maupun revisi.
2. Penulis mempelajari lebih lanjut dan membuat daftar kalimat, ejaan, dan tanda baca yang sering kali terkena revisi, juga mempelajari penulisan tata Bahasa Indonesia, seperti EYD, PUEBI, serta melakukan pengecekan kata lewat KBBI.



BAB IV

SIMPULAN DAN SARAN

4.1 Simpulan

Setelah melaksanakan aktivitas kerja magang selama kurang lebih 4 bulan, yang dimulai dari 10 Februari 2025 sampai 9 Juni 2025, selama 640 jam di PT Coolvita Maju Sehat, penulis mendapat pelajaran yang sangat berharga mengenai dunia *digital marketing*, *copywriting*, ruang lingkup pekerjaan media sosial yang terutama pada platform TikTok, serta pengetahuan dan wawasan baru terkait *soft skill*, *hard skill*, serta implementasi kampanye digital di bidang ritel khususnya sektor kesehatan. Selama bekerja di divisi Tiktok Project, penulis berperan sebagai *Content Editor* dan *Content Creator*, merasakan dan memahami secara langsung proses bekerja di dalam divisi tersebut. Penulis telah menyadari bahwa semua teori dan pembelajaran semasa berkuliah berguna dengan baik semasa aktivitas kerja magang, bahkan lebih banyak lagi pengetahuan baru di lingkungan kerja yang menuntut penulis untuk selalu beradaptasi dan berkembang. Pengetahuan akan cara produksi konten, mengelola konten, merencanakan konten, sampai pemeliharaan citra perusahaan terhadap produk dan kontennya merupakan ilmu yang sangat lengkap untuk bisa didapatkan oleh penulis. Tujuan utama dari divisi ini adalah meningkatkan brand awareness dan melakukan pemasaran dalam skala besar telah direalisasikan dengan baik.

Penulis merasa alur kerja dan lingkungan kerja *Content Creator* sangatlah profesional namun dibalut nuansa kekeluargaan, dikarenakan tolong menolong sesama anggota tim menjadi hal yang sudah dibiasakan, serta pembelajaran yang terbuka tanpa ada rasa diskriminasi. Penulis seringkali termotivasi untuk mencapai target diluar kemampuan penulis, hal tersebut bisa terjadi karena dukungan dan motivasi seluruh anggota divisi yang selalu berbagi pengetahuan dan mengusahakan keberhasilan bersama sama. Hal tersebut juga membuat penulis mendapatkan networking dan relasi yang berguna di masa depan. Salah satu skill yang terus diasah selama aktivitas kerja magang berlangsung adalah berpikir kritis

dan kreatif. Penulis yang awalnya selalu ragu dan kurang membuka diri, disambut hangat dengan ajakan serta motivasi untuk berani berkembang, dan sampai akhirnya penulis bisa menuangkan ide-ide yang menjadi acuan serta pedoman untuk anggota *Content Creator* lainnya. Namun tidak dapat dilupakan juga, pengelolaan dan strategi konten yang baik dapat membuat kualitas produksi konten selalu berkembang dan efektif.

Selama melakukan aktivitas kerja magang di PT Coolvita Maju Sehat, penulis telah menerapkan ilmu seputar digital marketing dan *social media* marketing dengan baik. Penulis merasakan langsung praktik teori di perkuliahan lewat mengikuti cara produksi konten, membuat *Copywriting* yang efektif dan sangat mempersuasi, kolaborasi dengan tim lain untuk mencapai keberhasilan kampanye, kerjasama untuk menganalisis dan menciptakan strategi baru untuk keberlangsungan kampanye baru, dan mengevaluasi hasil data agar memperbaiki naik atau turunnya performa konten.

4.2 Saran

Setelah melaksanakan proses kerja magang selama kurang lebih 4 bulan terdapat saran yang ingin disampaikan:

4.2.1 Saran untuk Perusahaan

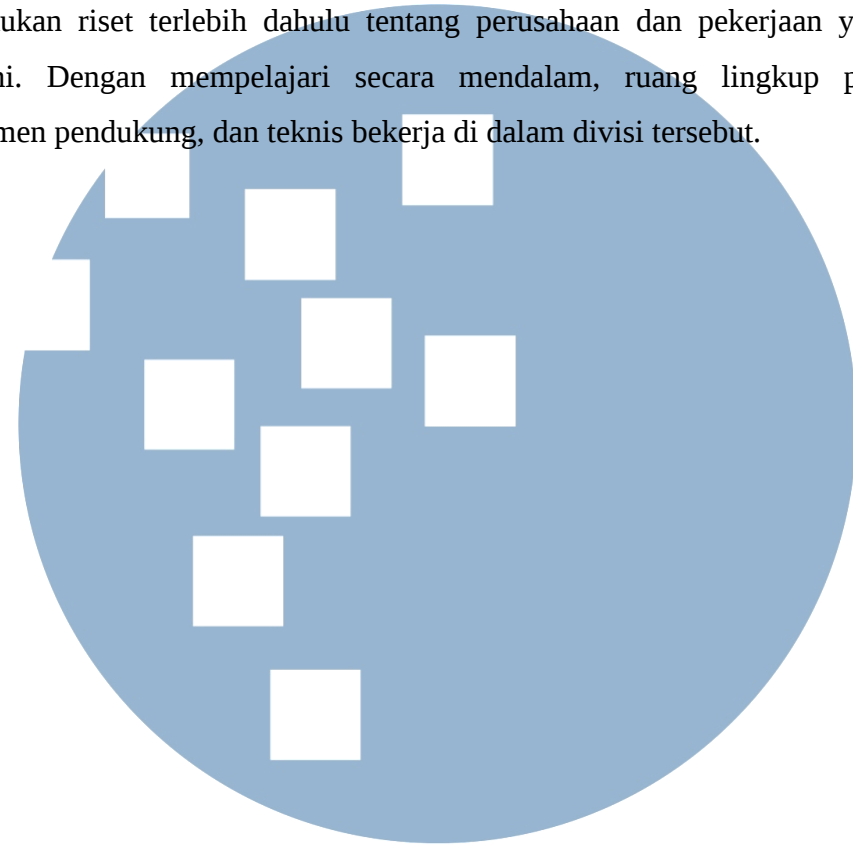
Meningkatkan kualitas orientasi dan pengenalan lingkungan kerja, karena masih banyak hal yang harus diadaptasi atau dipelajari sendiri oleh anggota magang. Juga, meningkatkan kualitas properti dan ruang untuk bekerja, agar semua karyawan merasakan kenyamanan dalam bekerja.

4.2.2 Saran untuk Universitas

Memperbarui informasi dan materi terkait dengan perkembangan teknologi yang menjadi prioritas dan masuk dalam budaya digital di zaman sekarang. Juga, pengenalan pada instrumen kerja terbaru secara menyeluruh yang menjadi pegangan di bidang media sosial, seperti contoh *livestream*.

4.2.3 Saran untuk Mahasiswa

Melakukan riset terlebih dahulu tentang perusahaan dan pekerjaan yang akan dijalani. Dengan mempelajari secara mendalam, ruang lingkup pekerjaan, instrumen pendukung, dan teknis bekerja di dalam divisi tersebut.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR PUSTAKA

- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (7th ed.). Pearson Education Limited.
- Coolvita. (2024). Tentang PT. Coolvita Maju Sehat. Diakses melalui <https://www.coolvita.id>.
- Hootsuite - We are Social. (2024, February 21). Data Digital Indonesia 2024. Retrieved from Hootsuite (We are Social): https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/#google_vignette.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th edition)*. Boston: Pearson Education.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*.
- Lou, C., & Yuan, S. (2019). The effect of influencer marketing on consumer purchase intention: The mediating role of perceived authenticity. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 50, 17-25.
- Musnaini, M., Herwina, H., & Oktaria, D. (2021). The Influence of *Call to Action* Marketing Strategy in TikTok and Instagram Content on Customer Purchasing Decision Among Politeknik Negeri Bandung Students. *International Journal Administration, Business & Organization*, 1(2), 173-181.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekayasa Media.
- Smith, P. R. (2011). *SOSTAC® Guide to Your Perfect Digital Marketing Plan*. Smart Insights.
- Statista. (2024, June 25). *Number of internet and social media users worldwide as of February 2025 (in billions)*. Retrieved from Statista: <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/#:~:text=Worldwide%20digital%20population%202024&text=As%20of%20April%202024%2C%20there,population%2C%20were%20social%20media%20users>.
- Wirapraja et al. (2023). Pengaruh *Call to Action* dan Kualitas Konten dalam Live Streaming Terhadap Efektivitas Pembelian Konsumen. *Jurnal Media Akademik*.

LAMPIRAN

A. Hasil Turnitin

LAPORAN MAGANG_00000058891_DAVID WILHEN 2025
_3_removed.pdf

ORIGINALITY REPORT

13%

SIMILARITY INDEX

13%

INTERNET SOURCES

1%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

kc.umn.ac.id

Internet Source

11%

2

publication.petra.ac.id

Internet Source

<1%

3

kaltim.prokal.co

Internet Source

<1%

4

123dok.com

Internet Source

<1%

5

Submitted to Academic Library Consortium

Student Paper

<1%

6

dongkrakbisnis.com

Internet Source

<1%

7

stia-saidperintah.e-journal.id

Internet Source

<1%

8

smkglobalmandiri.sch.id

Internet Source

<1%

9

fnola.com

Internet Source

<1%

10

jdih.jakarta.go.id

Internet Source

<1%

11

jurnal.uts.ac.id

Internet Source

<1%

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

12	kulomitramu.com Internet Source	<1 %
13	repository.usd.ac.id Internet Source	<1 %
14	today.line.me Internet Source	<1 %

Exclude quotes On
Exclude bibliography On

Exclude matches < 1 words

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

B. Surat Pengantar MBKM 01

MBKM-01 Cover Letter MBKM Internship Track 1

Tangerang, February 27th 2025



No : 1/UMN/ILKOM/Internship Track 1/II/2025
Subject : **Student's Application for MBKM Internship Track 1**

Dear. Head of Human Resource Department

PT. Coolvita Maju Sehat

Universitas Multimedia Nusantara's providing the MBKM Internship Track 1, a work-integrated learning program, for students to hone their skills according to their talents and interests into the real work environments. Students directly doing Internship Track 1, in the company to learn solving problems based on knowledge that gained in campus, to link and match Internship Track 1 program with the curriculum as preparation for their future careers.

We pleased to inform the student with the following details:

Student ID : 00000058891
Student Name : David Wilhen
Academic Program : Communication Science
Email : david.wilhen@student.umn.ac.id
Mobile Phone : 6287726511127

Company will be received the student as an employee and Internship Track 1 participant, he/she express their willingness to follow 640 working hours or 100 working days prior to work rules 8 hours per day. Therefore, UMN's student must obey all regulations stipulated by company from time to time.

Along with respect, we considered our student to get selected in the Internship Track 1 program from your company. We thank you and look forward to hear employment acceptance letter of our student's.

Sincerely,

**Head of Departement Communication Science Program
Multimedia Nusantara University**



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

C. Kartu Magang MBKM 02

MBKM-02 MBKM Internship Track 1 Card



MBKM INTERNSHIP TRACK 1 CARD

Name : David Wilhen	Student ID : 0000058891
Address : JL. KS. TUBUN III, ASPOL BARAK B NO. 8 RT 2 / RW 6, KEL. SLIPI, KEC. PALMERAH	Mobile Phone : 6287726511127
MBKM Internship Track 1 Acceptance Letter No: CMS/HRD/SPKS/PMG/15/II/2025	Letter Date : 20-02-2025
Advisor's Name : Dr. Henilia Yulita	
Company Name : PT. Coolvita Maju Sehat	
Company Address : North Point Unit 69-70 Pagedangan BSD, Lengkong Kulon, Kec. Pagedangan, Kabupaten Tangerang, Banten	City : Tangerang Postal Code: 15331
Company Website : https://coolvita.co.id/	Company Phone : 081295472508
Supervisor's Name : Nurul Itqi Supervisor's Phone : 6289699870851 Supervisor's Email : nurul.itqi@gmail.com	Supervisor's Position : Content Team Leader Supervisor's Ext. : -
Department : Tiktok Project	Position : Content creator
Acceptance Date : 10-02-2025	

This MBKM Internship Track 1 Card has been completed with my real information and can be accounted for. I am ready to be disqualified if the data given are incorrect.

Tangerang, June 13th 2025
Student's signature

David Wilhen



Supervisor's signature &
Company stamp



Nurul Itqi



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

D. Daily task Magang MBKM 03

MBKM-03 Daily Task - Internship Track 1



Daily Task

STUDENT ID : 00000058891

STUDENT NAME : David Wilhen

COMPANY NAME : PT. Coolvita Maju Sehat

No	Date	In	Out	Duties /Responsibilities	Supervisor's Sign
1	10/02/2025	09:00	18:00	Orientasi lingkungan kerja, briefing alur pengerjaan dan sistematika konten dengan mentor dan supervisor, trial pengerjaan edit konten livestream	Approved at 06 Mei 2025 16:13
2	11/02/2025	09:00	18:00	Mengedit 10 konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta yang sesuai dengan tujuan marketing bulan ini	Approved at 19 Mei 2025 17:30
3	12/02/2025	09:00	18:00	Mengedit 10 konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta yang sesuai dengan tujuan marketing bulan ini	Approved at 19 Mei 2025 17:30
4	13/02/2025	09:00	18:00	Mengedit 10 konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta yang sesuai dengan tujuan marketing bulan ini	Approved at 19 Mei 2025 17:30
5	14/02/2025	09:00	18:00	Mengedit 5 konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini	Approved at 19 Mei 2025 17:30
6	17/02/2025	09:00	18:00	Mengedit 5 konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini	Approved at 19 Mei 2025 17:30

Notes:

1. Copied Form must be attached in report when registering for exam

In witness whereof the company,



Nurul Itqi
Content Team Leader

Please sign along with the Company's stamp



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

Daily Task

STUDENT ID : 00000058891

STUDENT NAME : David Wilhen

COMPANY NAME : PT. Coolvita Maju Sehat

No	Date	In	Out	Duties /Responsibilities	Supervisor's Sign
7	18/02/2025	09:00	18:00	Mengedit 5 konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini	Approved at 19 Mei 2025 17:30
8	19/02/2025	09:00	18:00	Mengedit 5 konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini	Approved at 19 Mei 2025 17:30
9	20/02/2025	09:00	18:00	Mengedit 5 konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini	Approved at 19 Mei 2025 17:30
10	21/02/2025	09:00	18:00	Mengedit 5 konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 20 video dari tim content creator.	Approved at 19 Mei 2025 17:30
11	24/02/2025	09:00	18:00	Mengedit 5 konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 20 video dari tim content creator.	Approved at 19 Mei 2025 17:30

Notes:

1. Copied Form must be attached in report when registering for exam

In witness whereof the company,



Nurul Itqi

Content Team Leader

Please sign along with the Company's stamp



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

Daily Task

STUDENT ID : 00000058891
STUDENT NAME : David Wilhen
COMPANY NAME : PT. Coolvita Maju Sehat

No	Date	In	Out	Duties /Responsibilities	Supervisor's Sign
12	25/02/2025	09:00	18:00	Mengedit 5 konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 20 video dari tim content creator.	Approved at 19 Mei 2025 17:30
13	26/02/2025	09:00	18:00	Mengedit 5 konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 20 video dari tim content creator.	Approved at 19 Mei 2025 17:30
14	27/02/2025	09:00	18:00	Mengedit 5 konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 20 video dari tim content creator.	Approved at 19 Mei 2025 17:30
15	28/02/2025	09:00	18:00	Mengedit 5 konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 20 video dari tim content creator.	Approved at 19 Mei 2025 17:30

Notes:

1. Copied Form must be attached in report when registering for exam

In witness whereof the company,



Nurul Itqi

Content Team Leader

Please sign along with the Company's stamp



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

Daily Task

STUDENT ID : 00000058891

STUDENT NAME : David Wilhen

COMPANY NAME : PT. Coolvita Maju Sehat

No	Date	In	Out	Duties /Responsibilities	Supervisor's Sign
16	03/03/2025	08:00	17:00	Mengedit 3 konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 20 video dari tim content creator.	Approved at 19 Mei 2025 17:30
17	04/03/2025	08:00	17:00	Mengedit 3 konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim content creator.	Approved at 19 Mei 2025 17:31
18	05/03/2025	08:00	17:00	Mengedit 3 konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim content creator.	Approved at 19 Mei 2025 17:31
19	06/03/2025	08:00	17:00	Mengedit 3 konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim content creator.	Approved at 19 Mei 2025 17:31

Notes:

1. Copied Form must be attached in report when registering for exam

In witness whereof the company,



Nurul Itqi

Content Team Leader

Please sign along with the Company's stamp



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

Daily Task

STUDENT ID : 00000058891

STUDENT NAME : David Wilhen

COMPANY NAME : PT. Coolvita Maju Sehat

No	Date	In	Out	Duties /Responsibilities	Supervisor's Sign
20	07/03/2025	08:00	17:00	Mengedit 3 konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim content creator.	Approved at 19 Mei 2025 17:31
21	10/03/2025	08:00	17:00	Mengedit 3 konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim content creator.	Approved at 19 Mei 2025 17:31
22	11/03/2025	08:00	17:00	Mengedit 3 konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim content creator.	Approved at 19 Mei 2025 17:31
23	12/03/2025	08:00	17:00	Mengedit 3 konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim content creator.	Approved at 19 Mei 2025 17:31

Notes:

1. Copied Form must be attached in report when registering for exam

In witness whereof the company,



Nurul Itqi

Content Team Leader

Please sign along with the Company's stamp



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

Daily Task

STUDENT ID : 00000058891
STUDENT NAME : David Wilhen
COMPANY NAME : PT. Coolvita Maju Sehat

No	Date	In	Out	Duties /Responsibilities	Supervisor's Sign
24	13/03/2025	08:00	17:00	Mengedit 3 konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim content creator.	Approved at 19 Mei 2025 17:31
25	14/03/2025	08:00	17:00	Mengedit 3 konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim content creator.	Approved at 19 Mei 2025 17:31
26	17/03/2025	08:00	17:00	Mengedit 3 konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim content creator.	Approved at 19 Mei 2025 17:31
27	18/03/2025	08:00	17:00	Mengedit 3 konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim content creator.	Approved at 19 Mei 2025 17:31

Notes:

1. Copied Form must be attached in report when registering for exam

In witness whereof the company,



Nurul Itqi

Content Team Leader

Please sign along with the Company's stamp



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

Daily Task

STUDENT ID : 00000058891
STUDENT NAME : David Wilhen
COMPANY NAME : PT. Coolvita Maju Sehat

No	Date	In	Out	Duties /Responsibilities	Supervisor's Sign
28	19/03/2025	08:00	17:00	Mengedit 3 konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim content creator.	Approved at 19 Mei 2025 17:31
29	20/03/2025	08:00	17:00	Mengedit 3 konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim content creator.	Approved at 19 Mei 2025 17:31
30	21/03/2025	08:00	17:00	Mengedit 3 konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim content creator.	Approved at 19 Mei 2025 17:31
31	24/03/2025	08:00	17:00	Mengedit 3 konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim content creator.	Approved at 19 Mei 2025 17:31

Notes:

1. Copied Form must be attached in report when registering for exam

In witness whereof the company,



Nurul Itqi

Content Team Leader

Please sign along with the Company's stamp



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

Daily Task

STUDENT ID : 00000058891
STUDENT NAME : David Wilhen
COMPANY NAME : PT. Coolvita Maju Sehat

No	Date	In	Out	Duties /Responsibilities	Supervisor's Sign
32	25/03/2025	08:00	17:00	Mengedit 3 konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim content creator.	Approved at 19 Mei 2025 17:31
33	26/03/2025	08:00	17:00	Mengedit 3 konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim content creator.	Approved at 19 Mei 2025 17:31
34	27/03/2025	08:00	17:00	Mengedit 3 konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim content creator.	Approved at 19 Mei 2025 17:31
35	08/04/2025	08:00	17:00	Mengedit 3 konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim content creator.	Approved at 19 Mei 2025 17:31

Notes:

1. Copied Form must be attached in report when registering for exam

In witness whereof the company,



Nurul Itqi

Content Team Leader

Please sign along with the Company's stamp



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

Daily Task

STUDENT ID : 00000058891
STUDENT NAME : David Wilhen
COMPANY NAME : PT. Coolvita Maju Sehat

No	Date	In	Out	Duties /Responsibilities	Supervisor's Sign
36	09/04/2025	09:00	18:00	Mengedit 3 konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim content creator.	Approved at 19 Mei 2025 17:31
37	10/04/2025	09:00	18:00	Mengedit 3 konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini dan Membantu mengedit 10 video dari tim content creator.	Approved at 19 Mei 2025 17:31
38	11/04/2025	09:00	18:00	Mengedit 3 konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.	Approved at 19 Mei 2025 17:31
39	14/04/2025	09:00	18:00	Mengedit 3 konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.	Approved at 19 Mei 2025 17:31

Notes:

1. Copied Form must be attached in report when registering for exam

In witness whereof the company,



Nurul Itqi

Content Team Leader

Please sign along with the Company's stamp



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

Daily Task

STUDENT ID : 00000058891
STUDENT NAME : David Wilhen
COMPANY NAME : PT. Coolvita Maju Sehat

No	Date	In	Out	Duties /Responsibilities	Supervisor's Sign
40	15/04/2025	09:00	18:00	Mengedit konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 4 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.	Approved at 19 Mei 2025 17:31
41	16/04/2025	09:00	18:00	Mengedit konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.	Approved at 19 Mei 2025 17:31
42	17/04/2025	09:00	18:00	Mengedit konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.	Approved at 19 Mei 2025 17:31
43	21/04/2025	09:00	18:00	Mengedit konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.	Approved at 19 Mei 2025 17:31

Notes:

1. Copied Form must be attached in report when registering for exam

In witness whereof the company,



Nurul Itqi

Content Team Leader

Please sign along with the Company's stamp



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

Daily Task

STUDENT ID : 00000058891

STUDENT NAME : David Wilhen

COMPANY NAME : PT. Coolvita Maju Sehat

No	Date	In	Out	Duties /Responsibilities	Supervisor's Sign
44	23/04/2025	09:00	18:00	Mengedit konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.	Approved at 19 Mei 2025 17:31
45	24/04/2025	09:00	18:00	Mengedit konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.	Approved at 19 Mei 2025 17:31
46	25/04/2025	09:00	18:00	Mengedit konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.	Approved at 19 Mei 2025 17:31
47	28/04/2025	09:00	18:00	Mengedit konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.	Approved at 19 Mei 2025 17:31

Notes:

1. Copied Form must be attached in report when registering for exam

In witness whereof the company,



Nurul Itqi

Content Team Leader

Please sign along with the Company's stamp



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

Daily Task

STUDENT ID : 00000058891
STUDENT NAME : David Wilhen
COMPANY NAME : PT. Coolvita Maju Sehat

No	Date	In	Out	Duties /Responsibilities	Supervisor's Sign
48	29/04/2025	09:00	18:00	Mengedit konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.	Approved at 19 Mei 2025 17:31
49	30/04/2025	09:00	18:00	Mengedit konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.	Approved at 19 Mei 2025 17:31
50	02/05/2025	09:00	18:00	Mengedit konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.	Approved at 19 Mei 2025 17:31
51	05/05/2025	09:00	18:00	Mengedit konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.	Approved at 19 Mei 2025 17:31

Notes:

1. Copied Form must be attached in report when registering for exam

In witness whereof the company,



Nurul Itqi

Content Team Leader

Please sign along with the Company's stamp



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

Daily Task

STUDENT ID : 00000058891

STUDENT NAME : David Wilhen

COMPANY NAME : PT. Coolvita Maju Sehat

No	Date	In	Out	Duties /Responsibilities	Supervisor's Sign
52	06/05/2025	09:00	18:00	Mengedit konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.	Approved at 19 Mei 2025 17:31
53	07/05/2025	09:00	18:00	Mengedit konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.	Approved at 19 Mei 2025 17:31
54	08/05/2025	09:00	18:00	Mengedit konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.	Approved at 13 Juni 2025 17:49
55	09/05/2025	09:00	18:00	Mengedit konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.	Approved at 13 Juni 2025 17:49

Notes:

1. Copied Form must be attached in report when registering for exam

In witness whereof the company,



Nurul Itqi

Content Team Leader

Please sign along with the Company's stamp



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

Daily Task

STUDENT ID : 00000058891
STUDENT NAME : David Wilhen
COMPANY NAME : PT. Coolvita Maju Sehat

No	Date	In	Out	Duties /Responsibilities	Supervisor's Sign
56	15/05/2025	09:00	18:00	Mengedit konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.	Approved at 13 Juni 2025 17:49
57	16/05/2025	09:00	18:00	Mengedit konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.	Approved at 13 Juni 2025 17:49
58	19/05/2025	09:00	18:00	Mengedit konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.	Approved at 13 Juni 2025 17:49
59	20/05/2025	09:00	18:00	Mengedit konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.	Approved at 13 Juni 2025 17:49

Notes:

1. Copied Form must be attached in report when registering for exam

In witness whereof the company,



Nurul Itqi

Content Team Leader

Please sign along with the Company's stamp



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

Daily Task

STUDENT ID : 00000058891

STUDENT NAME : David Wilhen

COMPANY NAME : PT. Coolvita Maju Sehat

No	Date	In	Out	Duties /Responsibilities	Supervisor's Sign
60	21/05/2025	09:00	18:00	Mengedit konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.	Approved at 13 Juni 2025 17:49
61	22/05/2025	09:00	18:00	Mengedit konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.	Approved at 13 Juni 2025 17:49
62	23/05/2025	09:00	18:00	Mengedit konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.	Approved at 13 Juni 2025 17:49
63	26/05/2025	09:00	18:00	Mengedit konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.	Approved at 13 Juni 2025 17:49

Notes:

1. Copied Form must be attached in report when registering for exam

In witness whereof the company,



Nurul Itqi

Content Team Leader

Please sign along with the Company's stamp



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

Daily Task

STUDENT ID : 00000058891
STUDENT NAME : David Wilhen
COMPANY NAME : PT. Coolvita Maju Sehat

No	Date	In	Out	Duties /Responsibilities	Supervisor's Sign
64	27/05/2025	09:00	18:00	Mengedit konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.	Approved at 13 Juni 2025 17:49
65	28/05/2025	09:00	18:00	Mengedit konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.	Approved at 13 Juni 2025 17:49
66	02/06/2025	09:00	17:00	Mengedit konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.	Approved at 13 Juni 2025 17:49
67	03/06/2025	09:00	18:00	Mengedit konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.	Approved at 13 Juni 2025 17:49

Notes:

1. Copied Form must be attached in report when registering for exam

In witness whereof the company,



Nurul Itqi

Content Team Leader

Please sign along with the Company's stamp



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

Daily Task

STUDENT ID : 00000058891

STUDENT NAME : David Wilhen

COMPANY NAME : PT. Coolvita Maju Sehat

No	Date	In	Out	Duties /Responsibilities	Supervisor's Sign
68	04/06/2025	09:00	18:00	Mengedit konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.	Approved at 13 Juni 2025 17:49
69	05/06/2025	09:00	18:00	Mengedit konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.	Approved at 13 Juni 2025 17:49
70	10/06/2025	09:00	18:00	Mengedit konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.	Approved at 23 Juni 2025 10:43
71	11/06/2025	09:00	18:00	Mengedit konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.	Approved at 23 Juni 2025 10:43

Notes:

1. Copied Form must be attached in report when registering for exam

In witness whereof the company,



Nurul Itqi

Content Team Leader

Please sign along with the Company's stamp



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



Daily Task

STUDENT ID : 00000058891
STUDENT NAME : David Wilhen
COMPANY NAME : PT. Coolvita Maju Sehat

No	Date	In	Out	Duties /Responsibilities	Supervisor's Sign
72	12/06/2025	09:00	18:00	Mengedit konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.	Approved at 23 Juni 2025 10:43
73	13/06/2025	09:00	18:00	Mengedit konten video livestream dengan membuat script, caption, visual effect, dan cta sesuai dengan arahan tujuan marketing bulan ini. Membuat dan mengedit 3 video konten untuk akun Tiktok official Coolvita.	Approved at 23 Juni 2025 10:43

Notes:

1. Copied Form must be attached in report when registering for exam

In witness whereof the company,



Nurul Itqi

Content Team Leader

Please sign along with the Company's stamp



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

E. Laporan Bimbingan Magang

Form Bimbingan Internship Report Program Studi Ilmu Komunikasi Semester Genap 2024/2025

Nama : David Wilhen
NIM : 00000058891
Angkatan : 2021
Dosen Pembimbing : Dr. Henilia Yulita

Meeting	Tanggal	Jam	Keterangan	Tanggal Approval
1	04 Maret 2025	02:00	bimbingan laporan	30 Mei 2025
2	25 Maret 2025	14:00	bimbingan laporan	16 Juni 2025
3	15 April 2025	14:00	bimbingan laporan	16 Juni 2025
4	06 Mei 2025	14:00	bimbingan laporan	16 Juni 2025
5	13 Juni 2025	14:00	bimbingan magang, dan persiapan presentasi untuk sidang	23 Juni 2025
6	20 Juni 2025	09:00	bimbingan magang dan persiapan untuk sidang	23 Juni 2025
7	25 Mei 2025	14:00	bimbingan laporan via whatsapp	26 Juni 2025
8	24 Juni 2025	14:00	bimbingan laporan via whatsapp	26 Juni 2025



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

F. Lembar Verifikasi Laporan Magang MBKM 04

MBKM-04 Verification Form of Internship Report MBKM Internship Track 1



VERIFICATION FORM OF INTERNSHIP REPORT MBKM INTERNSHIP TRACK 1

Student's Internship Track 1 Advisor

Name : Dr. Henilia Yulita

I, who signed below

Name : Nurul Itqi

Position : Content Team Leader

Company : PT. Coolvita Maju Sehat

had received, read and approved the Internship Report from

Student ID : 00000058891

Student Name : David Wilhen

Period : July 2025

Report Title : The Work Experience as a Copywriter and
Content Creator in Creating Social Media
Content at PT Coolvita Maju Sehat

Tanggal, 26 Juni 2025

Dr. Henilia Yulita
Student Advisor

Senin, 16 Juni 2025



Nurul Itqi
Supervisor

Sign along with the Company's stamp



Kampus UMN, Scientia Garden | Jl. Boulevard Gading Serpong - Tangerang | P. +62 21 5422 0808 | F. +62 21 5422 0800 | www.umn.ac.id

N U S A N T A R A

G. Surat Penerimaan Magang (LoA)



PT COOLVITA MAJU SEHAT

Foresta Business Loft 6 Nomor 7 Pagedangan BSD
Lengkong Kulon, Pagedangan, Kabupaten Tangerang
Banten 15331

LETTER OF ACCEPTANCE
CMS/HRD/SPKS/PMG/15/II/2025

Yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : Dea Hansel Pugar
JABATAN : HRGA Supervisor
NAMA PERUSAHAAN : PT. COOLVITA MAJU SEHAT
ALAMAT : Foresta Business Loft 6 Nomor 7
Pagedangan BSD, Lengkong Kulon, Pagedangan, Kabupaten Tangerang

Dalam hal ini bertindak sebagai HR Supervisor, dengan ini menyatakan bahwa :

NAMA : David Wilhen
NIM : 00000058891
UNIVERSITAS : Universitas Multimedia Nusantara
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi

Bersama surat ini, kami menyatakan bahwa Sdr. **David Wilhen** diterima sebagai Peserta Magang di PT. Coolvita Maju Sehat dengan pelaksanaan pada 10 Februari s/d 09 Juni 2025.

Demikian surat pernyataan ini kami sampaikan sebagai kelengkapan syarat administrasi program MBKM Internship Track 1 periode tahun 2025 dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 20 Februari 2025

Dea Hansel Pugar
HRGA Supervisor

H. Curriculum Vitae (CV)

David Wilhen

Jakarta Barat, Indonesia | +62772651127

davidwilhen3@gmail.com | [LinkedIn](#) | [Portofolio](#)

Profile

I'm currently studying Strategic Communication at Multimedia Nusantara University (UMN). My organizational experience and volunteer activities during college made me an initiative and creative person who works in a team with tight schedules and has good time management. I have the ability to easily build relationships with new people and good communication skills.

Education

Universitas Multimedia Nusantara Communication Science Faculty	Tangerang, Indonesia 2021 - present
SMA Sang Timur Social Science	Jakarta, Indonesia 2018 - 2020

Organization and Volunteer Experience

UMN ECO - SDG's based Organization Creative Decoration Division	May 2023 - January 2024
• Work with 14 division team members • Create campaign event ideas and concepts • Plan campaign event theme and design • Research event production needs • Create campaign event props	
Volunteer Program Mitigasi Bencana Tsunami UMN x UiTM x GMLS x BMKG Spokesperson & Campaign Volunteer	June 2023
• Collaborated with UiTM students to create a social media campaign • Created social media campaign content and posters for 1 week • Conducting mitigation socialization to the people of Bayah Village • Mapping evacuation points and routes in Bayah Village, Banten	

Skills

- **Hard Skills** : Ms. Word, Ms. PowerPoint, Canva, Photoshop Express, VN, Capcut, Filmora, Basic Mobile Videography, Content Producing.
- **Soft Skills** : Critical and Creative Thinking, Internal Team Communication, Time Management, Content Writing, High Attention to Detail, Problem Solving, Easy to Adapt.

N U S A N T A R A