

**PEMANFAATAN TIK TOK DALAM STRATEGI SOSIAL MEDIA TOKO
MAMA GIGI: KONTRIBUSI CREATIVE MARKETING**



LAPORAN MAGANG

JOVITA NATALIE T

00000081026

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

2025

**PEMANFAATAN TIK TOK DALAM STRATEGI SOSIAL MEDIA
TOKO MAMA GIGI: KONTRIBUSI CREATIVE MARKETING**



LAPORAN MAGANG

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

JOVITA NATALIE T

00000081026

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Jovita Natalie Tambunan

Nomor Induk Mahasiswa 00000081026

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

PEMANFAATAN TIK TOK DALAM STRATEGI SOSIAL MEDIA TOKO

MAMA GIGI: KONTRIBUSI *CREATIVE MARKETING* 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



Jovita Natalie Tambunan

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan Magang dengan judul
**PEMANFAATAN TIK TOK DALAM STRATEGI SOSIAL MEDIA TOKO
MAMA GIGI: KONTRIBUSI CREATIVE MARKETING**

Oleh

Nama : Jovita Natalie Tambunan
NIM : 00000081026
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 23 Juni 2025

Pembimbing


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

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Digitally signed
by Cendera Rizky
Anugrah Bangun
Date: 2025.06.25
16:13:04 +07'00'
Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**PEMANFAATAN TIK TOK DALAM STRATEGI SOSIAL MEDIA TOKO
MAMA GIGI: KONTRIBUSI CREATIVE MARKETING**

Oleh
Nama : Jovita Natalie Tambunan
NIM : 00000081026
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 15 Juli 2025
Pukul 11.00 s.d 12.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji



Digitally signed by Eko Hadi Saputro
Reason: I am approving this document
Location: Universitas Multimedia Nusantara
Date: 2025-07-22 09:45+07:00



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

Silvanus Alvin, S. I. Kom., M.A.
NIDN 0309109001

Pembimbing



Digitally signed by Eko Hadi Saputro
Reason: I am approving this document
Location: Universitas Multimedia Nusantara
Date: 2025-07-22 09:46+07:00

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

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Digitally signed by
Cendera Rizky
Anugrah Bangun
Date: 2025.07.23
17:33:30 +07'00'

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

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Jovita Natalie Tambunan

NIM : 00000081026

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:

PEMANFAATAN TIK TOK DALAM STRATEGI SOSIAL MEDIA TOKO MAMA GIGI: KONTRIBUSI CREATIVE MARKETING

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, 23 Juni 2025

Yang menyatakan,



Jovita Natalie Tambunan

KATA PENGANTAR

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

“PEMANFAATAN TIK TOK DALAM STRATEGI SOSIAL MEDIA TOKO MAMA GIGI: KONTRIBUSI CREATIVE MARKETING” 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. Bapak Eko Hadi Saputro, S.E., M.M., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Penulis juga menyampaikan terima kasih dan apresiasi kepada Bapak Silvanus Alvin, S.I.Kom., M.A. selaku dosen penguji, atas waktu, bimbingan, serta masukan berharga yang telah membantu penulis dalam proses penyusunan dan penyempurnaan laporan magang ini.
6. Kak I Gusti Agung Intan Padma Christy dan Kak Dhika Alfar Ahmad Septyan sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi kepada peserta magang.
7. Keluarga saya Papa, Mama, Bang Andre, Kak Cia yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral

8. Fitri Yuniarsih, Brigita Margareta, Feby Amelia, Octaria Rizki Camila, Alya Zahra sebagai teman yang telah memberikan semangat, masukan, dan dukungan moral yang sangat berarti selama proses pengerjaan laporan ini.

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

Tangerang, 23 Juni 2025



Jovita Natalie Tambunan



**PEMANFAATAN TIK TOK DALAM STRATEGI SOSIAL MEDIA TOKO
MAMA GIGI: KONTRIBUSI *CREATIVE MARKETING***

Jovita Natalie Tambunan

ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan media sosial seperti TikTok dan Instagram telah mengubah strategi pemasaran digital secara signifikan. Dalam konteks ini, penulis menjalani magang selama 640 jam sebagai *Social Media Intern* di divisi *Creative Marketing* PT. RANS Kosmetika Indonesia, unit bisnis Toko Mama Gigi. Tugas meliputi perumusan ide, scripting, produksi, editing, hingga evaluasi konten media sosial. Penulis menerapkan ilmu perkuliahan seperti *Art Copywriting and Creative Strategy*, *Digital Marketing*, serta *Social Media and Mobile Marketing* ke dalam praktik nyata.

Tantangan yang dihadapi mencakup cepatnya perubahan tren, komunikasi internal yang terbatas, serta keterbatasan saat figur utama brand tidak tampil. Melalui pendekatan proaktif dan adaptif, penulis mampu memberikan kontribusi dalam strategi konten. Pengalaman ini memperkuat keterampilan teknis dan kolaboratif sebagai bekal di industri kreatif.

Kata kunci: Creative Marketing, Media Sosial, Konten Digital, Toko Mama Gigi



PEMANFAATAN TIK TOK DALAM STRATEGI SOSIAL MEDIA TOKO MAMA GIGI: KONTRIBUSI CREATIVE MARKETING

Jovita Natalie Tambunan

ABSTRACT

The rapid development of technology and social media platforms such as TikTok and Instagram has significantly transformed digital marketing strategies. In this context, the author completed a 640-hour internship as a Social Media Intern in the Creative Marketing division of PT. RANS Kosmetika Indonesia, under the Toko Mama Gigi business unit. The responsibilities included content ideation, scripting, production, editing, and performance evaluation on social media platforms. The author applied academic knowledge from courses such as Art Copywriting and Creative Strategy, Digital Marketing, and Social Media and Mobile Marketing into real-world practice.

Challenges encountered during the internship included the fast-paced shift in social media trends, limited internal communication, and the absence of the brand's main figure in some content. Through proactive and adaptive approaches, the author contributed effectively to content strategy. This internship experience enhanced both technical and collaborative skills, serving as a valuable foundation for a future career in the creative industry.

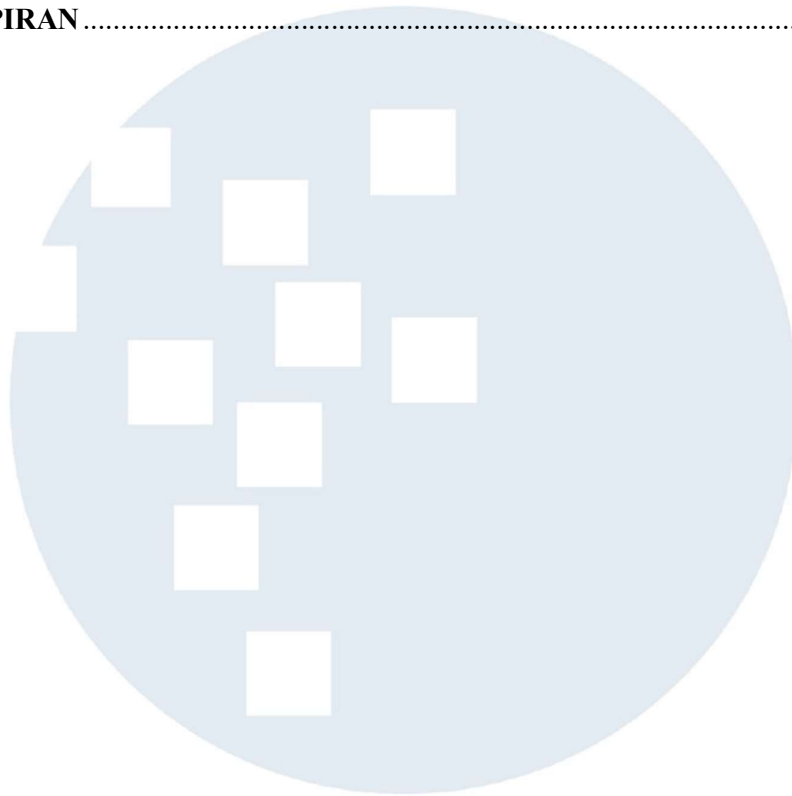
Keywords: *Creative Marketing, Social Media, Digital Content, Toko Mama Gigi*

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 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang	3
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	4
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang.....	4
A. Proses Administrasi Kampus (UMN).....	4
B. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang.....	4
C. Proses Pelaksanaan Praktik Kerja Magang	5
D. Proses Pembuatan Laporan Praktik Kerja Magang.....	5
BAB II	
GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI	7
2.1 Tentang PT. RANS Kosmetika Indonesia	7
2.1 Visi dan Misi PT. RANS Kosmetika Indonesia.....	9
2.2 Lokasi dan Kontak Perusahaan	10
2.3 Struktur Organisasi PT. RANS Kosmetika Indonesia	
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang.....	15
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang.....	17
3.2.1 Tugas Kerja Magang	18
3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang	22
3.2.3 Kendala Utama	46
3.2.4 Solusi.....	48
BAB IV	
SIMPULAN DAN SARAN	50
4.1 Simpulan.....	50
4.2 Saran.....	51

DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN	54



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas Utama.....	19
Tabel 3.2 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang.....	20
Tabel 3.3 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang.....	20
Tabel 3.4 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang.....	21
Tabel 3.5 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang.....	22
Tabel 3.6 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang.....	22



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Media Sosial Sering Dipakai	2
Gambar 2.1 Logo PT. RANS Kosmetika Indonesia.....	7
Gambar 2.3 Struktur Organisasi PT. RANS Kosmetika Indonesia	
Gambar 3.1 Bagan Alur Kerja dan Koordinasi Creative Marketing.....	15
Gambar 3.2 Melakukan Brainstorming	27
Gambar 3.4 Proses Shooting.....	34
Gambar 3.5 Membuat Konten FEED.....	37



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Surat Pengantar MBKM - MBKM 01	37
Lampiran Kartu MBKM - MBKM 02.....	38
Lampiran Daily Task MBKM - MBKM 03	39
Lampiran MBKM-04 Verification Form.....	67
Lampiran Surat Penerimaan MBKM (LoA)	68
Lampiran Lembar Counselling All Meeting	69
Lampiran Turnitin	70
Lampiran CV.....	71

