

**AKTIVITAS *DIGITAL MARKETING* DI
VIVERE COLLECTION UNTUK MENINGKATKAN
AWARENESS DAN PENJUALAN**



LAPORAN MAGANG

Keycia Amanda Hutomo

00000065171

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

**AKTIVITAS *DIGITAL MARKETING* DI
VIVERE COLLECTION UNTUK MENINGKATKAN
AWARENESS DAN PENJUALAN**



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

Keycia Amanda Hutomo

00000065171

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Keycia Amanda Hutomo

Nomor Induk Mahasiswa 00000065171

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

AKTIVITAS *DIGITAL MARKETING* DI VIVERE COLLECTION UNTUK MENINGKATKAN *AWARENESS* DAN PENJUALAN

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, 27 Juni 2025



Keycia Amanda Hutomo

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**AKTIVITAS *DIGITAL MARKETING* DI VIVERE COLLECTION UNTUK
MENINGKATKAN *AWARENESS* DAN PENJUALAN**

Oleh

Nama : Keycia Amanda Hutomo

NIM : 00000065171

Program Studi : Komunikasi Strategis

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 16 Juli 2025

Pukul 16.00 s.d 17.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Digitally signed
by Tangguh
Okta Wibowo
Date: 2025.07.23
11:49:51 +07'00'

Dr. Tangguh Okta Wibowo.S.Hum.. M.A.

NIDN 0320109004

Penguji



Digitally signed by Fakhriy
Dinansyah Date: 2025.07.23
08:44:27 +07'00'

Fakhriy Dinansyah, S. M.M.,M.I.Kom.

NIDN 0304039001

Pembimbing



Digitally signed
by Tangguh
Okta Wibowo
Date: 2025.07.23
11:50:01 +07'00'

Dr. Tangguh Okta Wibowo. S.Hum.. M.A.

NIDN 0320109004

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Digitally signed by
Cendera Rizky Anugrah
Bangun
Date: 2025.07.23 17:37:17
+07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.

NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Keycia Amanda Hutomo

NIM : 00000065171

Program Studi : Komunikasi Strategis

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya Ilmiah : Laporan Magang

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

AKTIVITAS *DIGITAL MARKETING* DI VIVERE COLLECTION UNTUK MENINGKATKAN *AWARENESS* DAN PENJUALAN

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalih formatkan, 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, 27 Juni 2025

Yang menyatakan,



Keycia Amanda Hutomo

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

KATA PENGANTAR

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

“AKTIVITAS *DIGITAL MARKETING* DI VIVERE COLLECTION UNTUK MENINGKATKAN *AWARENESS* DAN PENJUALAN” 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 Dr. Tangguh Okta Wibowo. S.Hum.. M.A. sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Bapak Dr. Tangguh Okta Wibowo. S.Hum.. M.A. selaku Ketua Sidang dan Bapak Fakhriy Dinansyah, S.I.Kom., M.M., M.I.Kom. selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral
7. Supervisor saya yang membimbing saya dengan sabar dan sangat baik
8. Teman-teman intern di VIVERE yang turut mendukung dan membantu saya

9. Dan kepada sahabat-sahabat saya yang selalu memberikan dukungan kepada saya.

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

Tangerang, 27 Juni 2025



Keycia Amanda Hutomo



AKTIVITAS *DIGITAL MARKETING* DI VIVERE COLLECTION UNTUK MENINGKATKAN *AWARENESS* DAN PENJUALAN

Keycia Amanda Hutomo

ABSTRAK

Dalam beberapa tahun terakhir ini, permintaan untuk produk furnitur terus menerus meningkat. Hal ini didukung oleh perkembangan teknologi dan digitalisasi pada zaman ini, salah satunya adalah melalui media digital. VIVERE Collection menyadari hal ini, dan turut memanfaatkan media digital untuk meningkatkan *awareness* dan penjualan. Pemagang melaksanakan kerja magang di VIVERE Collection dengan tujuan untuk mengetahui proses kerja pada divisi *Digital Marketing*, mengimplementasikan ilmu, serta mendapatkan pengalaman dan pengetahuan yang baru. VIVERE Collection sendiri merupakan sebuah *brand* premium yang menyediakan furnitur, *home decor*, aksesoris, dan *gifts* dengan pengalaman lebih dari 20 tahun. Selama kerja magang, pemagang berada di divisi *Digital Marketing* yang bertanggung jawab untuk mengelola media sosial, khususnya Instagram dan Tiktok, membantu bekerja sama dengan *Key Opinion Leader* (KOL), serta menulis artikel untuk website VIVERE Collection. Terdapat beberapa kendala yang dihadapi oleh pemagang selama bekerja, seperti kurangnya pengetahuan mengenai istilah-istilah dalam media sosial atau kerja sama dengan KOL. Namun, terdapat banyak juga yang pemagang dapat pelajari dan kembangkan, seperti bagaimana membuat konten yang menarik serta pentingnya *copywriting* dalam sebuah konten.

Kata kunci: *Digital Marketing*, VIVERE Collection, Furnitur, Media Sosial

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

DIGITAL MARKETING ACTIVITIES AT VIVERE COLLECTION TO INCREASE BRAND AWARENESS AND SALES

Keycia Amanda Hutomo

ABSTRACT

In recent years, demand for furniture products has steadily increased, driven by technological advancements and digitalization—particularly through digital media. VIVERE Collection has recognized this trend and leveraged digital platforms to enhance brand awareness and drive sales. This internship was undertaken at VIVERE Collection with the goal of understanding the workflow within the Digital Marketing division, applying academic knowledge in a professional setting, and gaining new skills and experience. VIVERE Collection is a premium brand offering furniture, home décor, accessories, and gifts, with over 20 years of industry experience. During the internship, the intern was assigned to the Digital Marketing division, which is responsible for managing social media—specifically Instagram and TikTok—collaborating with Key Opinion Leaders (KOLs), and writing articles for the company’s website. Several challenges were encountered, including limited familiarity with social media terminology and KOL collaboration. However, the internship also provided valuable learning opportunities, such as how to create engaging content and the critical role of copywriting in digital marketing.

Keywords: Furniture, Social Media, Digital Marketing, VIVERE Collection

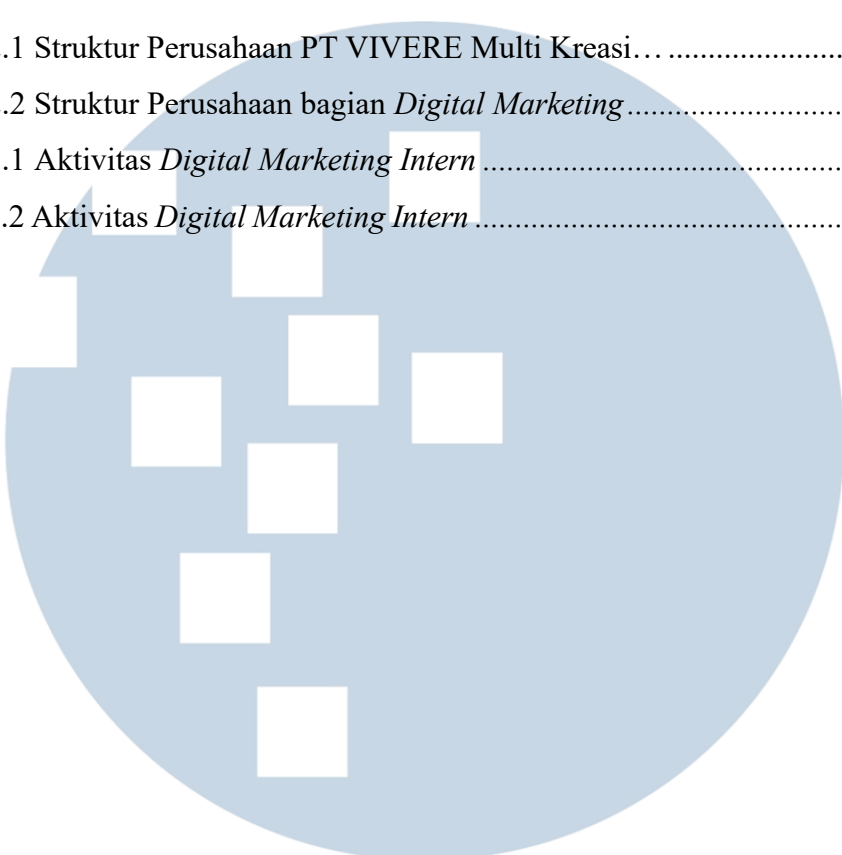
UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang	7
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	7
BAB II	
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	10
2.1 Tentang VIVERE Group	10
2.2 Visi Misi VIVERE Group	14
2.3 Struktur Organisasi VIVERE Group.....	14
BAB III	
PELAKSANAAN KERJA MAGANG	19
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang.....	19
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang.....	19
BAB IV	
SIMPULAN DAN SARAN	50
4.1 Simpulan.....	50
4.2 Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN	55

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Struktur Perusahaan PT VIVERE Multi Kreasi.....	15
Tabel 2.2 Struktur Perusahaan bagian <i>Digital Marketing</i>	17
Tabel 3.1 Aktivitas <i>Digital Marketing Intern</i>	20
Tabel 3.2 Aktivitas <i>Digital Marketing Intern</i>	20



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan penggunaan media sosial.....	2
Gambar 1.3 Platform media sosial yang paling sering dipakai di Indonesia	3
Gambar 1.3 Media sosial VIVERE Collection.....	5
Gambar 2.1 Logo VIVERE Group.....	10
Gambar 2.2 Logo VIVERE Collection.....	11
Gambar 2.3 <i>Dashboard</i> Instagram VIVERE Collection	12
Gambar 2.4 <i>Dashboard</i> Tiktok VIVERE Collection	13
Gambar 3.1 Pencarian Ide Konten Tiktok.....	22
Gambar 3.2 Tiktok <i>Creative Center</i>	22
Gambar 3.3 <i>Storyboard</i> Konten Tiktok.....	24
Gambar 3.4 Konten Tiktok.....	24
Gambar 3.5 <i>Content Plan</i>	26
Gambar 3.6 Proses <i>shooting</i> untuk kontek Tiktok	27
Gambar 3.7 Proses Editing untuk Konten Tiktok... ..	28
Gambar 3.8 Proses Editing untuk Konten Instagram Story... ..	29
Gambar 3.9 <i>Content</i> Instagram Story dan Tiktok	30
Gambar 3.10 Tiktok <i>Analytics</i>	31
Gambar 3.11 <i>Social Media Tracker</i> 2025.....	33
Gambar 3.12 Sheets SEO	36
Gambar 3.13 Artikel <i>Blog</i>	37
Gambar 3.14 Masukan dari Supervisor	38
Gambar 3.15 <i>Backend website</i>	39
Gambar 3.16 Artikel <i>Blog</i> VIVERE Collection... ..	40
Gambar 3.17 Proses Approach KOL.....	41
Gambar 3.18 Konten Tiktok.....	43
Gambar 3.19 Konten Tiktok “ <i>No Cap, Just Facts</i> ”	44
Gambar 3.20 Tiktok <i>Analytics</i>	45
Gambar 3.21 Instagram Story.....	46
Gambar 3.22 Hasil Penjualan saar <i>event</i> IndoBuild Tech 2025	47

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

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A - SURAT PENGANTAR MAGANG (MBKM-01)	55
Lampiran B - KARTU MBKM (MBKM-02).....	56
Lampiran C - DAILY TASK MAGANG (MBKM-03)	57
Lampiran D - LEMBAR VERIFIKASI MAGANG (MBKM-04).....	58
Lampiran E - FORMULIR KONSULTASI MAGANG	59
Lampiran F - SURAT PENERIMAAN MAGANG.....	60
Lampiran G - TIMELINE PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....	61
Lampiran H - CONTENT PLAN SOCIAL MEDIA.....	62
Lampiran I - KOORDINASI DENGAN SUPERVISOR DAN TIM.....	63
Lampiran J - KOORDINASI DENGAN KOL.....	64
Lampiran K - LIST TOPIK ARTIKEL	65
Lampiran L - HASIL KERJA.....	66
Lampiran M - TURNITIN.....	68
Lampiran N - CV.....	69

