

**PEMBENTUKAN COMPANY BRANDING VERO MELALUI
KONTEN MEDIA SOSIAL TIKTOK**



LAPORAN MAGANG

AQIL RAYKA ATHALLA KUSUMA

00000070712

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

2025

**PEMBENTUKAN COMPANY BRANDING VERO MELALUI
KONTEN MEDIA SOSIAL TIKTOK**



LAPORAN MAGANG

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

AQIL RAYKA ATHALLA KUSUMA

00000070712

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Aqil Rayka Athalla Kusuma

Nomor Induk Mahasiswa : 00000070712

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

PEMBENTUKAN COMPANY BRANDING VERO MELALUI KONTEN MEDIA SOSIAL TIKTOK

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, 29 Juni 2025



Aqil Rayka Athalla Kusuma

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

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**PEMBENTUKAN COMPANY BRANDING VERO MELALUI KONTEN
MEDIA SOSIAL TIKTOK**

Oleh

Nama : Aqil Rayka Athalla Kusuma

NIM : 00000070712

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Jumat, 18 Juli 2025

Pukul 09.00 s.d 10.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Dr. Hendar Putranto, S.S., M. Hum.
NIDN 0407047904


Inco Hary Perdana
NIDN 0308117706

Pembimbing

Dr. Hendar Putranto, S.S., M. Hum.
NIDN 0407047904

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi

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 : Aqil Rayka Athalla Kusuma

NIM : 00000070712

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:

PEMBENTUKAN COMPANY BRANDING VERO MELALUI KONTEN MEDIA SOSIAL TIKTOK

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, 29 Juni 2025

Yang menyatakan,



Aqil Rayka Athalla Kusuma

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

KATA PENGANTAR

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

“PEMBENTUKAN COMPANY BRANDING VERO MELALUI KONTEN MEDIA SOSIAL TIKTOK” 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:

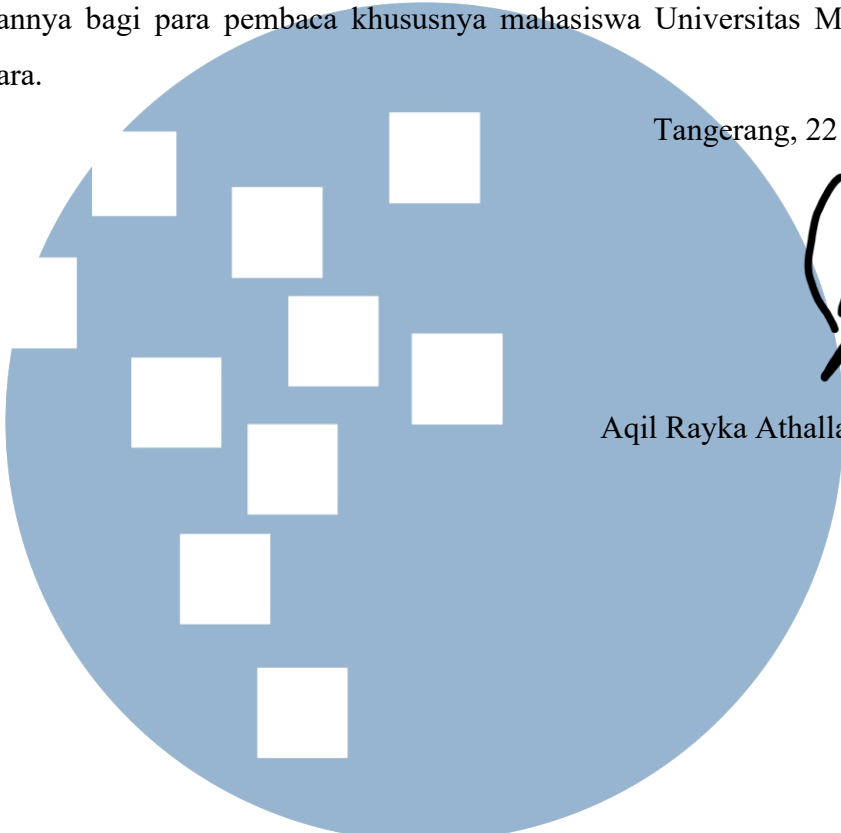
1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Dr. Bonifacius Hendar Putranto, S.S., M.Hum. sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral.
6. Ahmad Sofyan selaku supervisor lapangan sekaligus mentor yang terus memberikan dukungan dan keyakinan kepada saya dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Seluruh Tim Vero yang telah mendukung dan berperan dalam kelancaran proses magang saya.
8. Imam Arkaan Putra Andreta yang senantiasa memberikan semangat, meluangkan waktu dan dukungan, serta menghadirkan kehangatan sebagai seorang teman, sehingga saya mampu menyelesaikan tugas akhir ini.

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

Tangerang, 22 Juli 2025



Aqil Rayka Athalla Kusuma



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PEMBENTUKAN COMPANY BRANDING VERO MELALUI KONTEN MEDIA SOSIAL TIKTOK

Aqil Rayka Athalla Kusuma

ABSTRAK

Perkembangan pesat media sosial telah mendorong perusahaan untuk mengoptimalkan platform digital sebagai bagian dari strategi komunikasi dan pembentukan citra merek. Salah satu platform yang paling menonjol dalam beberapa tahun terakhir adalah TikTok, yang dikenal dengan tingkat keterlibatan tinggi dan audiens muda yang luas. Magang ini dilaksanakan di Vero Indonesia, sebuah agensi PR dan komunikasi yang aktif memanfaatkan TikTok untuk membangun *company branding* melalui konten-konten kreatif dan edukatif. Mahasiswa magang terlibat dalam keseluruhan proses produksi konten, mulai dari riset tren, ideasi, produksi, editing, hingga evaluasi performa. Konten-konten yang dikerjakan mencakup berbagai tipe, seperti *culture*, *insight*, *recap event*, dan *vlog* “*A Day in My Life*”, yang masing-masing memiliki peran strategis dalam menyampaikan nilai dan karakter Vero kepada publik. Tantangan utama yang dihadapi adalah keterlambatan dalam mengikuti tren karena proses *approval* internal, namun diatasi dengan menciptakan konten-konten non-tren yang tetap relevan dan menarik, seperti “Kemaren Udah Backup kan? Abis di Format Soalnya”. Melalui program magang ini, mahasiswa magang berhasil mengimplementasikan teori komunikasi dan produksi media dalam praktik nyata, serta mengembangkan keterampilan teknis dan analitis di industri agensi PR digital.

Kata kunci: Branding Perusahaan, TikTok, Media Sosial, Strategi Konten.

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

THE BUILDING OF VERO'S COMPANY BRANDING THROUGH TIKTOK SOCIAL MEDIA CONTENT

Aqil Rayka Athalla Kusuma

ABSTRACT

The rapid development of social media has encouraged companies to optimize digital platforms as part of their communication strategy and brand image building. One of the most prominent platforms in recent years is TikTok, which is known for its high engagement rate and wide young audience. This internship was done at Vero Indonesia, a PR and communications agency that actively utilizes TikTok to build company branding through creative and educational content. Interns are involved in the entire content production process, from trend research, ideation, production, editing, to performance evaluation. The content includes various types, such as culture, insight, event recap, and "A Day in My Life" vlog, each of which has a strategic role in conveying Vero's values and character to the public. The main challenge faced was the delay in following trends due to the internal approval process, but this was overcome by creating non-trendy content that remained relevant and interesting, such as "Did you backup yesterday? It's out of format". Through this internship program, the intern successfully implemented communication and media production theories in real practice, and developed technical and analytical skills in the digital PR agency industry.

Keywords: Company Branding, TikTok, Social Media, Content Strategy.

UMN

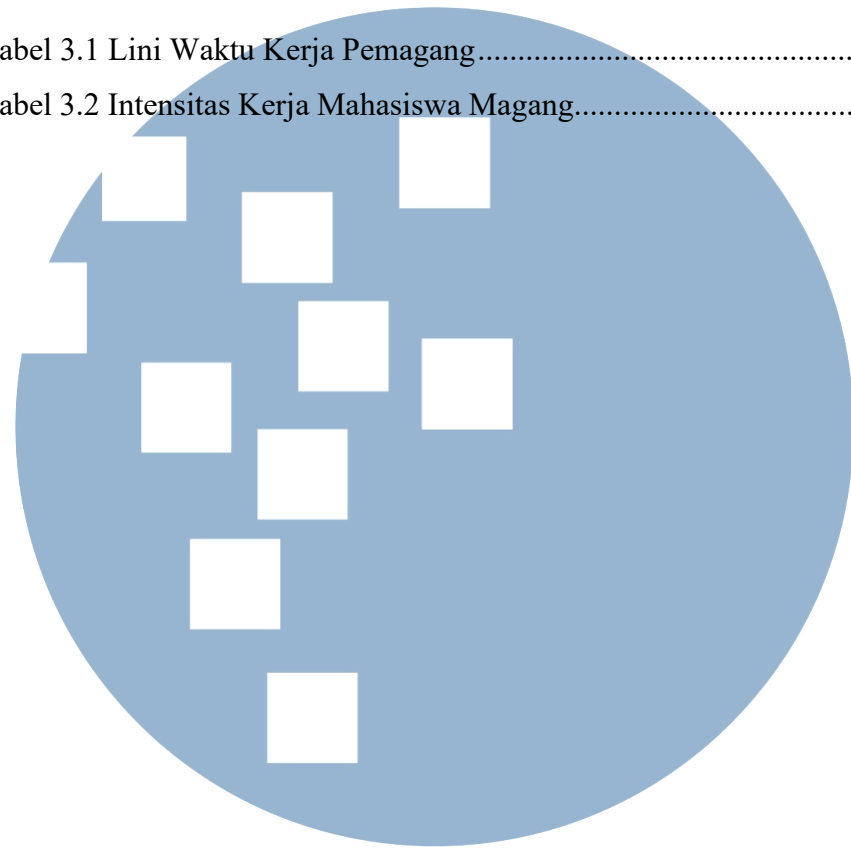
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	2
HALAMAN PENGESAHAN	3
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	4
KATA PENGANTAR.....	5
ABSTRAK	7
<i>ABSTRACT</i>	8
DAFTAR ISI.....	9
DAFTAR TABEL	10
DAFTAR GAMBAR.....	11
DAFTAR LAMPIRAN	12
BAB I PENDAHULUAN.....	13
1.1. Latar Belakang	13
1.2. Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang	16
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	16
BAB II GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI.....	19
2.1. Sejarah Singkat Vero.....	19
2.2. Visi Misi.....	20
2.3. Visi	20
2.4. Misi	20
2.5. Struktur Organisasi Vero	20
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	24
3.1. Kedudukan dalam Kerja Magang	24
3.2. Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang.....	26
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	53
4.1. Simpulan	53
4.2. Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA.....	55
LAMPIRAN.....	56

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Lini Waktu Kerja Pemagang.....	28
Tabel 3.2 Intensitas Kerja Mahasiswa Magang.....	30



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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Vero.....	19
Gambar 2.2 Struktur Tim Vero Indonesia	21
Gambar 3.1 Tabel Perencanaan Konten.....	33
Gambar 3.2 Thumbnail Unggahan “Tipe-Tipe #VeroSquad Saat Ramadan” di TikTok.....	33
Gambar 3.3 Pesan Masukan untuk Konten	35
Gambar 3.4 Thumbnail Unggahan “Kemaren Udah Backup kan? Abis di Format Soalnya” di TikTok	36
Gambar 3.5 Tabel Pengajuan dan Tinjauan Konten	38
Gambar 3.6 Proses Ideation untuk Insight Content	39
Gambar 3.7 Tabel Rekap Penyuntingan Konten.....	40
Gambar 3.8 Proses Penyuntingan Recap Content.....	43
Gambar 3.9 Thumbnail Unggahan “A Day In My Life Content” di TikTok	44
Gambar 3.10 Komunikasi dengan Talent Konten.....	46
Gambar 3.11 Slide Laporan Evaluasi Konten.....	48



DAFTAR LAMPIRAN

A. Surat Pengantar MBKM (MBKM 01)	56
B. Kartu MBKM (MBKM 02)	57
C. Daily Task Kewirausahaan (MBKM 03)	58
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04)	59
E. Surat Penerimaan MBKM (LoA)	60
F. Pengecekan Hasil Turnitin	61
G. Semua hasil karya tugas yang dilakukan selama MBKM	64

