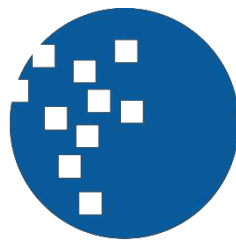


**AKTIVITAS PENGELOLAAN KONTEN MEDIA SOSIAL DI
PT COOLVITA MAJU SEHAT DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

JESSICA YEOKO

00000072666

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

**AKTIVITAS PENGELOLAAN KONTEN MEDIA SOSIAL DI
PT COOLVITA MAJU SEHAT DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN**



LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

JESSICA YEOKO

00000072666

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

2025

ii

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Jessica Yeoko
Nomor Induk Mahasiswa : 00000072666
Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

AKTIVITAS PENGELOLAAN KONTEN MEDIA SOSIAL DI PT COOLVITA MAJU SEHAT DALAM MENINGKATKAN 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 maupun dalam penulisan laporan MBKM, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan MBKM yang telah saya tempuh.

Tangerang, 24 Juni 2025



Jessica Yeoko

UMN
UNIVERSIT
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul
**AKTIVITAS PENGELOLAAN KONTEN MEDIA SOSIAL DI
PT COOLVITA MAJU SEHAT DALAM MENINGKATKAN**

PENJUALAN

Oleh

Nama : Jessica Yeoko
NIM : 00000072666
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Sabtu, 19 Juli 2025
Pukul 09.00 s/d 10.00 dan dinyatakan
LULUS

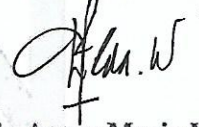
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Maria Advenita Gita Elmada, S.I.Kom., M.Si.,
NIDN 0309129202

Penguji



Dra. Mathilda Agnes Maria Wowor, M.Si.
NIDN 0322016201

Pembimbing



Maria Advenita Gita Elmada, S.I.Kom., M.Si.,
NIDN 0309129202

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Digitally signed by Cendera
Rizky Anugrah Bangun
Date: 2025.07.27 18:43:44
+07'00'

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

iv

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Jessica Yeoko
NIM : 00000072666
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Laporan MBKM

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:

AKTIVITAS PENGELOLAAN KONTEN MEDIA SOSIAL DI PT COOLVITA MAJU SEHAT DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 24 Juni 2025

Yang menyatakan,



Jessica Yeoko

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan Kerja Magang ini dengan judul: “Aktivitas Pengelolaan Konten Media Sosial di PT Coolvita Maju Sehat dalam Meningkatkan Penjualan” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Jurusan Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Maria Advenita Gita Elmada, S.I.Kom., M.Si., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Ibu Maria Advenita Gita Elmada, S.I.Kom., M.Si., sebagai Ketua Sidang dan Ibu Mathilda Agnes Maria Wowor, M.Si., sebagai Dosen Penguji yang memberi arahan dan masukan saat sidang.
6. Kak Nurul Itqi, selaku *Content Team Lead* sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.
8. Teman-teman dekat, Syaima Najla dan Cheryl Reina, yang menjadi tempat penulis bertanya, mengeluh, dan mendapat semangat untuk mengerjakan laporan magang.

9. Boyband Korea SEVENTEEN dan DAY6 yang lagu-lagunya tidak pernah absen menemani pengerjaan laporan, serta konten-kontennya yang membuat penulis dipulihkan semangatnya.
10. Seluruh rekan kerja divisi *Content* PT Coolvita Maju sehat yang sudah membantu dan memberikan dukungan selama proses kerja magang.

Semoga laporan magang ini dapat bermanfaat untuk dijadikan referensi, sumber informasi, dan motivasi untuk pembaca, khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 24 Juni 2025



Jessica Yeoko



AKTIVITAS PENGELOLAAN KONTEN MEDIA SOSIAL DI PT COOLVITA MAJU SEHAT DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN

Jessica Yeoko

ABSTRAK

Laporan ini membahas pengalaman kerja magang sebagai *Content Creator Intern* di PT Coolvita Maju Sehat, sebuah perusahaan suplemen kesehatan yang tengah berkembang pesat di Indonesia. Pemilihan perusahaan ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kesehatan pasca pandemi, serta kebutuhan Coolvita untuk memperkuat *brand awareness* melalui strategi pemasaran digital, khususnya konten media sosial *TikTok*. Selama proses magang, penulis bertanggung jawab dalam produksi konten, mulai dari perencanaan hingga pelaporan performa. Kendala yang dihadapi meliputi aspek teknis seperti keterbatasan akses ke aplikasi *editing* berbayar *CapCut Pro*, jaringan *Wi-Fi* yang tidak stabil, dan belum adanya SOP (Standar Operasional Prosedur) tertulis terkait kualitas konten; kendala manajerial seperti alokasi konten yang padat dan miskomunikasi internal; serta kendala konseptual terkait pemahaman strategi produksi konten yang belum diajarkan di perkuliahan. Solusi yang dilakukan meliputi pembelian akun *CapCut Pro* secara mandiri, *banking footage* untuk efisiensi waktu produksi, komunikasi intensif dengan supervisor, serta pembelajaran mandiri melalui studi konten dan diskusi dengan mentor. Magang ini memberikan wawasan praktis mengenai strategi komunikasi digital yang efektif dan tantangan di industri konten pemasaran.

Kata kunci: kreator konten, media sosial, produksi konten *TikTok*

SOCIAL MEDIA CONTENT MANAGEMENT ACTIVITIES AT PT COOLVITA MAJU SEHAT TO INCREASE SALES

Jessica Yeoko

ABSTRACT

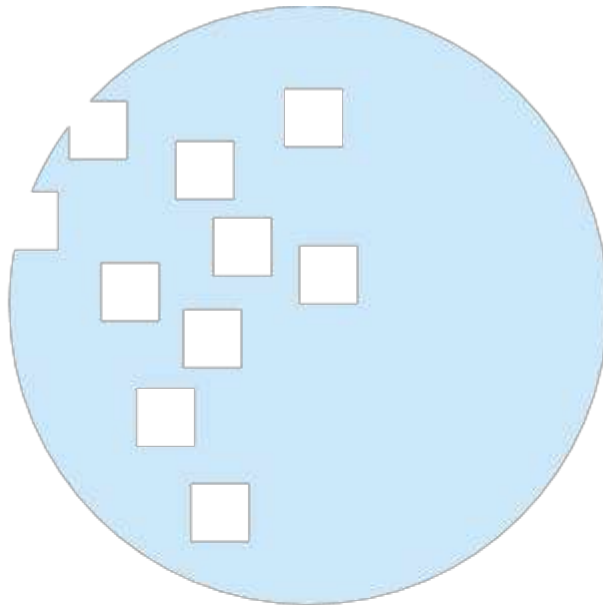
This report discusses the internship experience as a Content Creator Intern at PT Coolvita Maju Sehat, a rapidly growing health supplement company in Indonesia. The company was selected due to the increasing public awareness of the importance of maintaining health after the pandemic, as well as Coolvita's need to strengthen brand awareness through digital marketing strategies, particularly TikTok social media content. During the internship, the author was responsible for content production, from planning to performance reporting. Challenges encountered included technical issues such as limited access to the paid editing app CapCut Pro, unstable Wi-Fi connections, and the absence of written Standard Operating Procedures (SOP) regarding content quality; managerial challenges such as a high content production workload and internal miscommunication; and conceptual challenges related to content production strategies that had not yet been taught in academic coursework. Solutions included purchasing a CapCut Pro account independently, using a banking footage method to improve production efficiency, maintaining intensive communication with the supervisor, and engaging in self-directed learning through content analysis and discussions with mentors. This internship provided practical insights into effective digital communication strategies and the challenges of the content marketing industry.

Keywords: *content creator, social media, TikTok content production*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang	4
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	4
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	8
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	8
2.1.1 Visi Misi	10
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	11
2.3 Ruang Lingkup Kerja Divisi	12
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	15
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	15
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	16
3.2.1 Tugas Kerja Magang	16
3.2.2 Uraian Kerja Magang	17
3.3 Kendala yang Ditemukan	39
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	40
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	42
4.1 Simpulan	42
4.2 Saran	43

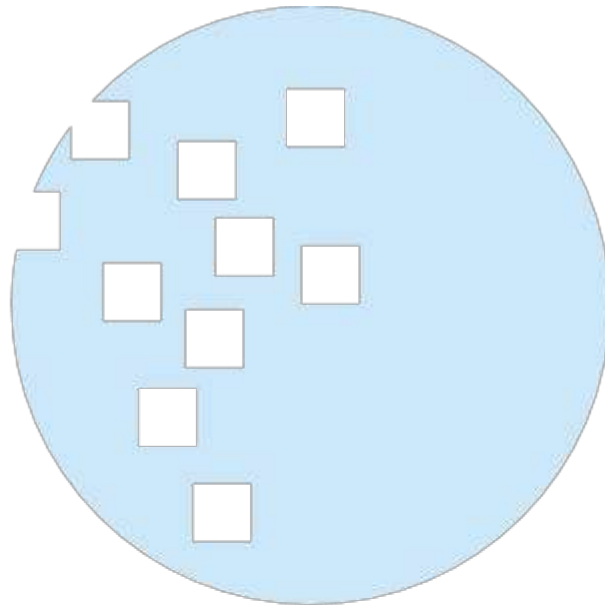
4.2.1 Saran untuk Perusahaan.....	43
4.2.2 Saran untuk Universitas.....	43
4.2.3 Saran untuk Mahasiswa.....	44
DAFTAR PUSTAKA.....	45
LAMPIRAN.....	47



UMN
 UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas Utama <i>Content Creator Intern</i>	16
Tabel 3.2 <i>Timeline</i> Tugas Kerja <i>Content Creator Intern</i>	17



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

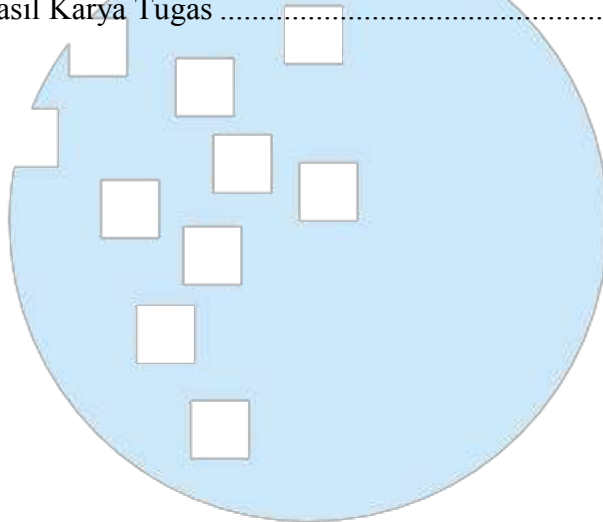
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Survei Belanja Media Sosial	2
Gambar 2.1 Logo PT Coolvita Maju Sehat	8
Gambar 2.2 <i>Milestone</i> PT Coolvita Maju Sehat	9
Gambar 2.3 Struktur Organisasi Perusahaan	11
Gambar 2.4 Ruang Lingkup Kerja Divisi	12
Gambar 3.1 Alur Koordinasi Kerja Magang	15
Gambar 3.2 <i>Audience Mapping</i> Akun <i>TikTok</i> Coolvita	18
Gambar 3.3 Kalender Alokasi Konten Mingguan tim <i>Content</i>	19
Gambar 3.4 <i>Content Plan</i> <i>Content Creator Intern</i>	20
Gambar 3.5 <i>Content Plan</i> <i>Content Creator Intern</i>	21
Gambar 3.6 Video dengan tipe konten <i>fact-article</i> dan <i>drama sketch</i>	22
Gambar 3.7 <i>Script Voice-over</i> Konten	23
Gambar 3.8 <i>Violation Dictionary</i>	24
Gambar 3.9 <i>Angle</i> Unik sebagai <i>Hook Footage</i> Konten	25
Gambar 3.10 Penggunaan <i>lighting</i> dan <i>microphone</i> untuk konten	26
Gambar 3.11 Proses <i>editing</i> konten di <i>CapCut</i>	28
Gambar 3.12 <i>Schedule posting</i> konten akun <i>@coolvita_indonesia</i> dan <i>@coolvita_collagen</i>	29
Gambar 3.13 Kerangka Model AIDA	30
Gambar 3.14 Penggunaan <i>Hook Text</i> dan <i>Footage</i> yang mencolok	32
Gambar 3.15 Penjelasan USP (<i>Unique Selling Point</i>) Promo dan <i>Product</i> dalam konten <i>TikTok</i>	33
Gambar 3.16 Penyampaian manfaat produk ala ‘testimoni’ dalam konten	35
Gambar 3.17 <i>Call-to-Action</i> di akhir video konten	36
Gambar 3.18 Konten yang diproduksi sesuai Model AIDA	38
Gambar 3.19 Performa Konten	38

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A – Form MBKM 01	47
Lampiran B – Form MBKM 02	48
Lampiran C – Form MBKM 03	49
Lampiran D – Form MBKM 04	50
Lampiran E – <i>Letter of Acceptance</i> PT Coolvita Maju Sehat.....	51
Lampiran F – Hasil Pengecekan Turnitin	52
Lampiran G – Hasil Karya Tugas	53



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA