

**PERAN CREATIVE MARKETING DALAM MENINGKATKAN
ENGAGEMENT DI INSTAGRAM TOKO MAMA GIGI**



LAPORAN MAGANG

JEA GHANIMA PETRIVIENA

00000087670

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

2025

**PERAN CREATIVE MARKETING DALAM MENINGKATKAN
ENGAGEMENT DI INSTAGRAM TOKO MAMA GIGI**



LAPORAN MAGANG

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

JEA GHANIMA PETRIVIENA

00000087670

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Jea Ghanima Petrivienna

Nomor Induk Mahasiswa : 00000087670

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

PERAN CREATIVE MARKETING DALAM MENINGKATKAN ENGAGEMENT DI INSTAGRAM TOKO MAMA GIGI

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, 12 Juni 2025



Jea Ghanima Petrivienna

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
**PERAN CREATIVE MARKETING DALAM MENINGKATKAN
ENGAGEMENT DI INSTAGRAM TOKO MAMA GIGI**

Oleh

Nama : Jea Ghanima Petrivienna
NIM : 00000087670
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 17 Juli 2025
Pukul 10.00 s.d 11.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang : Digitally signed
by Lolita
Lavietha
Date:
2025.07.26
13:29:34 +07'00'

Theresia Lavietha Vivrie Lolita,
S.Ikom, M.Ikom,
NIDN 0327019001

Penguji

Maria Adenita Gita Elmada,
S.Ikom, M.Si,
NIDN 0309129202

Pembimbing

Digitally signed
by Lolita Lavietha
Date: 2025.07.26
13:30:10 +07'00'

Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.Ikom, M.Ikom,
NIDN 0327019001

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Digitally signed by
Cendera Rizky Anugrah
Bangun
Date: 2025.07.30 10:14:28
+07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si,
NIDN 0304078404

KATA PENGANTAR

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

“PERAN CREATIVE MARKETING DALAM MENINGKATKAN ENGAGEMENT DI INSTAGRAM TOKO MAMA GIGI” 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 Theresia Lavietha Vivrie Lolita S.Ikom, M.Ikom sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi selama proses magang dan pembuatan laporan akhir ini.
5. Bapak Dhika Alfar Ahmad Septyan selaku *supervisor* selama berlangsungnya magang mahasiswa yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan dukungan untuk terselesaikannya proses magang ini dengan lancar.
6. Kepada perusahaan PT RANS Kosmetika Indonesia yang telah memberikan fasilitas magang sebaik-baiknya untuk mahasiswa belajar melakukan praktik kerja selama 4 bulan.
7. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, terutama selama berlangsungnya praktik magang.
8. Sahabat dan teman-teman terdekat saya yang telah memberi dukungan emosional selama proses pelaksanaan magang berlangsung.

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

Tangerang, 12 Juni 2025



Jea Ghanima Petriviena

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERAN CREATIVE MARKETING DALAM MENINGKATKAN ENGAGEMENT DI INSTAGRAM TOKO MAMA GIGI

Jea Ghanima Petrivienna

ABSTRAK

Pemilihan Toko Mama Gigi sebagai tempat magang didasarkan pada relevansinya dengan dinamika industri digital marketing yang terus berkembang, khususnya di ranah media sosial dan *e-commerce*. Selama menjalankan peran sebagai *Creative Marketing Intern* di bawah divisi *marketing*, penulis terlibat langsung dalam perencanaan hingga produksi konten *digital* yang strategis. Praktik magang ini menjadi pengalaman aplikatif dalam menerapkan pendekatan pemasaran kreatif untuk mendorong *engagement* dan mendukung performa penjualan. Di tengah cepatnya perubahan tren media sosial, adaptasi terhadap kebutuhan konten dan strategi promosi, termasuk di ranah *live streaming*, menjadi tantangan yang harus dihadapi. Dari keseluruhan proses yang dijalani selama empat bulan, ditemukan bahwa pendekatan kreatif yang tepat mampu memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan interaksi audiens dan konversi di media sosial

Kata kunci: *Engagement*, Penjualan, *E-Commerce*

UMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

THE ROLE OF CREATIVE MARKETING IN INCREASING ENGAGEMENT ON TOKO MAMA GIGI'S INSTAGRAM

Jea Ghanima Petrivienna

ABSTRACT

This internship at Toko Mama Gigi, an e-commerce platform under PT RANS Kosmetika Indonesia, provided firsthand experience in implementing creative marketing within a fast-paced digital landscape. Serving as a Creative Marketing Intern, the role involved producing and managing digital content while navigating the evolving nature of social media. Throughout the 4 months period, key aspects such as engagement, content strategy, and conversion became central in addressing the challenges of shifting trends and live-streaming dynamics. The experience offered practical insight into how tailored creative approaches can influence brand visibility and performance in today's competitive e-commerce environment.

Keywords: Engagement, Conversion, E-commerce

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang	5
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	6
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	6
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	6
BAB II	
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	9
2.1 Tentang PT RANS Kosmetika Indonesia	9
2.1.1 Logo Perusahaan	10
2.1.2 Visi Misi PT RANS Kosmetika Indonesia	11
2.1.3 Lokasi dan Kontak Perusahaan	12
2.2 Struktur Organisasi PT RANS Kosmetika Indonesia	12
BAB III	
PELAKSANAAN KERJA MAGANG	15
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang	15
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang	17
3.2.1 Tugas Kerja Magang	18
3.2.2.1 Pre-Production	20
1) Brainstorming	20
2) Scripting dan Copywriting	23
3) Koordinasi dengan Talent	27
3.2.2.2 Production	30
1) Shooting	30
2) Request Key Visual	32
3.2.2.3 Post-Production	36
3.2.2.4 Publication	37

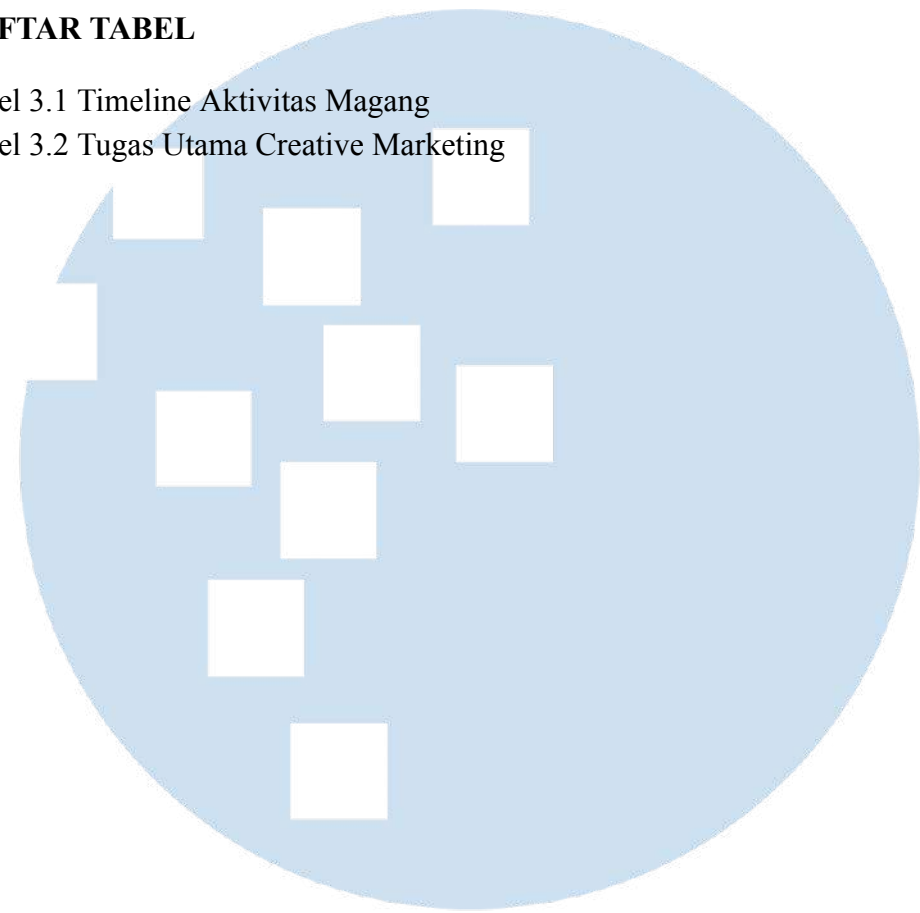


3.2.2.5 Tugas/ Pekerjaan Lainnya	39
3.2.3 Kendala Utama	40
3.2.4 Solusi	42
BAB IV	
KESIMPULAN DAN SARAN	44
4.1 Kesimpulan	44
4.2.1 Saran untuk Perusahaan	45
4.2.2 Saran untuk Universitas	45
4.2.2 Saran untuk Mahasiswa	46
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN	49

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Timeline Aktivitas Magang	19
Tabel 3.2 Tugas Utama Creative Marketing	20



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Survey Live Streaming Platform Belanja Online Yang Paling Banyak Digunakan (2022)	1
Gambar 1.2 TikTok Shop Indonesia Summit 2023 “Celebrity IP of The Year”	4
Gambar 2.1 Logo PT RANS Kosmetika Indonesia	11
Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT RANS Kosmetika Indonesia	12
Gambar 2.3 Struktur Organisasi PT RANS Kosmetika Indonesia	13
Gambar 3.1 Gambar Alur kerja dan Koordinasi Creative Marketing	15
Gambar 3.2 Contoh Template Content Plan Toko Mama Gigi	23
Gambar 3.3 Konten Reels Instagram Toko Mama Gigi	26
Gambar 3.4 Konten Reels Instagram Toko Mama Gigi	26
Gambar 3.5 Konten Reels Instagram Toko Mama Gigi	28
Gambar 3.6 Konten Reels Instagram Toko Mama Gigi	29
Gambar 3.7 Penyutingan konten Toko Mama Gigi (2025)	31
Gambar 3.8 Sheets creative assets Toko Mama Gigi	33
Gambar 3.9 Konten Carousell Toko Mama Gigi	34
Gambar 3.10 Konten Carousell Toko Mama Gigi	34
Gambar 3.11 Konten Carousell Toko Mama Gigi	35
Gambar 3.12 Proses Editing Konten Toko Mama Gigi	36
Gambar 3.13 Mahasiswa Sebagai Talent	39

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

A. Surat Pengantar MBKM (MBKM 01)	49
B. Kartu MBKM (MBKM 02)	50
C. Daily Task Magang	51
D. Lembaran Verifikasi Laporan Magang (MBKM 04)	52
E. Formulir Konsultasi Magang	53
F. Surat Penerimaan Magang	54
G. Hasil Karya Tugas	55
H. Dokumentasi Selama Magang	56
I. Hasil Turnitin	57
J. Curriculum Vitae	59

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA