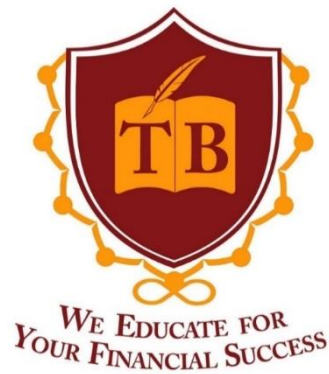


**PROMOSI PRODUK SKINCARE MERK FALABELLE
MENGUNAKAN APLIKASI TIKTOK PADA
PT VISI GLOBAL KOLABORASI**

LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN/MAGANG

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Mata Kuliah



Oleh:

Fanni Indriyani

212611002

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI TRI BHAKTI
BEKASI
2024**

LEMBAR PENGESAHAN
PROMOSI PRODUK SKINCARE MERK FALABELLE
MENGGUNAKAN APLIKASI TIKTOK PADA
PT VISI GLOBAL KOLABORASI

Oleh:

Fanni Indriyani

212611002

LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN/MAGANG

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Mata Kuliah
Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal seperti tertera dibawah ini
Bekasi, 12 Juli 2024

Ketua Penguji



Dr. Sofia Maulida.,SE.,MM.
NIDN : 0309027801

Anggota Penguji



Dr. Eddy Setyanto, S.Sos., M.si.
NIDN : 0325107402

Ketua Program Studi



Dr. Sofia Maulida.,SE.,MM.
NIDN : 0309027801

**SURAT PERNYATAAN KEASLIAN
LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN**

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, Laporan Praktik Kerja Lapangan ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Manajemen, di STIE Tri Bhakti maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing dan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa gelar yang telah diperoleh karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Bekasi, 22 Juni 2024

Yang membuat pernyataan



Fanni Indriyani

212611002



**LEMBAR PERSETUJUAN
LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN**

Nama : Fanni Indriyani
NIM : 212611002
Jurusan : Ekonomi
Bidang Studi : S1 Manajemen
Judul Laporan Magang : Promosi Produk Skincare Merk Falabelle
Menggunakan Aplikasi TikTok Pada PT Visi Global
Kolaborasi

Laporan Magang diatas disetujui dan diterima baik sebagai salah satu karya ilmiah mahasiswa yang bersangkutan dalam memenuhi salah satu syarat untuk mata kuliah pada program studi Manajemen STIE Tri Bhakti.

Bekasi, 22 Juni 2024

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Sofia Maulida., SE., MM.
NIDN : 0309027801

Dosen Pembimbing

Dr. Eddy Setyanto, S.Sos., M.si.
NIDN : 0325107402

ABSTRAK

Fanni Indriyani. Laporan Magang dari Program Studi Manajemen Jurusan Ekonomi, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti dengan judul "Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Media *Marketing* Produk *Skincare* Merk Falabelle di PT Visi Global Kolaborasi" dengan rumusan masalah yaitu Bagaimana peran aplikasi TikTok dalam meningkatkan penjualan produk Falabelle dan Apa kendala penggunaan aplikasi TikTok dalam meningkatkan penjualan kepada masyarakat. Penelitian ini dilakukan di PT Visi Global Kolaborasi, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang *Digital Marketing*. Metode magang yang digunakan meliputi observasi, wawancara dan studi kepustakaan. Aplikasi TikTok digunakan oleh PT Visi Global Kolaborasi sebagai media komunikasi pemasaran, Namun ada beberapa kendala dalam penyampaian informasi melalui *platform* tersebut. PT Visi Global Kolaborasi cukup mengikuti perkembangan dunia pemasaran dan menerapkan inovasi-inovasi yang relevan dengan perkembangan saat ini.

Kata Kunci: TikTok, Pemasaran, Media Komunikasi.

ABSTRACT

Fanni Indriyani. *Internship Report from the Management Study Program, Department of Economics, Tri Bhakti College of Economics with the title "Using the TikTok Application as Marketing Media for Falabelle Brand Skincare Products at PT Visi Global Collaboration" with a problem statement, namely: What is the role of the TikTok application in increasing sales of Falabelle products and what are the obstacles? The use of the TikTok application to increase sales to the public. This research was conducted at PT Visi Global Collaboration, a company operating in the Digital Marketing sector. The internship method used included observation, interviews and literature study marketing, however, there are several obstacles in conveying information through this platform. PT Vision Global Collaboration is sufficient to keep up with developments in the world of marketing and implement innovations that are relevant to current developments.*

Keywords: *TikTok, Marketing, Communication Media.*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Laporan Paraktik Kerja Lapangan/Magang ini dengan tepat waktu sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.

Laporan Praktik Kerja Lapangan/Magang ini disusun sebagai salah satu syarat akademik untuk menyelesaikan mata kuliah dalam Program Studi Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Tri Bhakti (STIE Tri Bhakti). Judul yang penulis ajukan adalah “Promosi Produk Skincare Merk Falabelle Menggunakan Aplikasi TikTok Pada PT Visi Global Kolaborasi”.

Penyusunan Laporan Praktik Kerja Lapangan/Magang ini tidak akan terlaksana tanpa bantuan dari berbagai pihak yang telah mendukung penulis selama proses penyusunan. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. Widayatmoko, MM., M.Ikom, Selaku Ketua STIE Tri Bhakti.
2. Ibu Dr. Sofia Maulida., SE., MM. Selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE Tri Bhakti.
3. Bapak Dr. Eddy Setyanto., Ssos., MSi. Selaku Dosen Pembimbing Laporan Praktik Kerja Lapangan/Magang Penulis.
4. Bapak dan Ibu Dosen pengajar Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis.
5. Bapak Rifai Muchlis selaku Direktur Utama PT Visi Global Kolaborasi.
6. Ibu Adhitya Candra Kirana selaku *Content Lead* bagian pemasaran dan pembimbing magang yang berlangsung di PT Visi Global Kolaborasi.
7. Terima kasih kepada orang tua yang selalu memberikan doa dan dukungan baik moril dan materil yang membuat penulis menjadi semangat sehingga dapat menyelesaikan Laporan Praktik Kerja Lapangan/Magang ini dengan baik dan tepat waktu.

8. Terima kasih kepada adik kandung yang telah memberikan dukungan dan semangat dalam mengerjakan Laporan Praktik Kerja Lapangan/Magang ini.
9. Terima kasih kepada almarhumah nenek kandung yang menjadi penyemangat untuk melakukan semua aktivitas perkuliahan serta dalam menulis Laporan Praktik Kerja Lapangan/Magang ini.
10. Terima kasih untuk Richardo Joe Valerian selaku teman spesial yang sudah membantu dan mendengarkan keluh kesah dalam menyelesaikan Laporan Praktik Kerja Lapangan/Magang ini.
11. Terima kasih untuk teman-teman jurusan S1 Manajemen angkatan tahun 2021 yang selalu memberikan dukungan dan semangat selama kegiatan perkuliahan berlangsung hingga saat ini.
12. Semua pihak yang membantu penulis dalam menyelesaikan Laporan Praktik Kerja Lapangan/Magang yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa Laporan Praktik Kerja Lapangan/Magang ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran untuk melengkapi tulisan ini. Semoga Laporan Praktik Kerja Lapangan/Magang ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, terutama bagi penulis, PT Visi Global Kolaborasi, dan para pembaca pada umumnya.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Kegiatan Magang	3
1.4 Manfaat Kegiatan Magang	3
1.4.1 Bagi Mahasiswa	3
1.4.2 Bagi Perusahaan PT. Visi Global Kolaborasi.....	3
1.4.3 Bagi Pembaca.....	4
1.5 Tori Relevan	4
1.5.1 Pemasaran	4
1.5.2 <i>Promotion Mix</i>	4
1.5.3 Pemasaran Media Sosial	6
1.5.4 TikTok	7
1.5.5 <i>Branding</i>	8
1.6 Metode Magang.....	9
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	10
2.1 Sejarah Perusahaan.....	10
2.1.1 Visi & Misi PT Visi Global	11
2.2 Struktur Perusahaan.....	11

2.3	Kegiatan Perusahaan	14
BAB III URAIAN DESKRIPSI TUGAS DAN PEMBAHASAN		16
3.1	Penempatan dan Jadwal Magang	16
3.1.1	Jadwal Magang.....	16
3.2	Uraian Deskripsi Tugas	17
3.2.1	Konten <i>Marketing</i> Pada Media Sosial.....	20
3.3	Pembahasan Temuan Masalah.....	27
3.3.1	Temuan Masalah dan Cara Penyelesaian	27
BAB IV PENUTUP		31
4.1	Simpulan.....	31
4.2	Saran.....	31
DAFTAR PUSTAKA.....		33
LAMPIRAN-LAMPIRAN		35

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Logo Perusahaan	10
Gambar 2.2. Struktur Perusahaan.....	12
Gambar 2.3. <i>Content Lead</i>	13
Gambar 3.1. Produk <i>Skincare</i> Falabelle.....	20
Gambar 3.2. Konten <i>Carousel</i>	21
Gambar 3.3. Foto Produk Untuk <i>Footage</i>	22
Gambar 3.4. <i>Copy Writing</i>	23
Gambar 3.5. Konten <i>People Reaction</i>	24
Gambar 3.6. Analisis Postingan TikTok.....	25
Gambar 3.7. Kegiatan Membuat Konten	26
Gambar 3.8. Rapat Evaluasi Bulanan	26

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Jadwal Magang.....	17
-------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	35
Lampiran 2	36
Lampiran 3	40
Lampiran 4	41
Lampiran 5	42