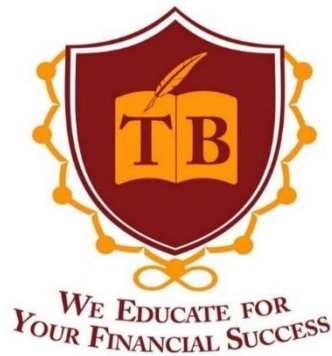


**STRATEGI PROMOSI DENGAN *CONTENT MARKETING*
PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK DI PT VISI GLOBAL
KOLABORASI**

LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN/MAGANG

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Mata Kuliah



Oleh :

Siska Anggreani

212611038

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

LEMBAR PENGESAHAN

**STRATEGI PROMOSI DENGAN CONTENT MARKETING PADA MEDIA
SOSIAL TIKTOK DI PT. VISI GLOBAL KOLABORASI**

Oleh

Siska Anggreani

212611038

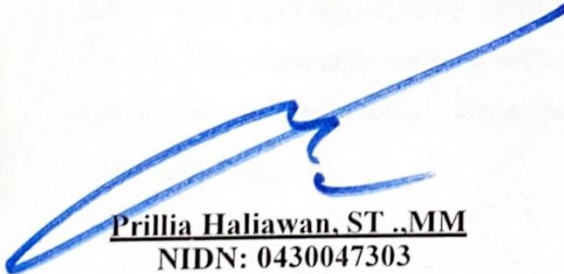
LAPORAN PRKTIK KERJA LAPANGAN/MAGANG

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Mata Kuliah

Teiah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal seperti tertera di bawah ini

Bekasi, 10 Juli 2024

Ketua Penguji



Prillia Haliawan, ST., MM
NIDN: 0430047303

Anggota Penguji



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

Ketua Program Studi



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

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN
LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN/MAGANG
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 tidak benaran 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



Siska Anggreani

NIM: 212611038

LEMBAR PERSETUJUAN
LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN/MAGANG

Nama : Siska Anggreani
NIM : 212611038
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : S1 Manajemen
Judul LPKL : Strategi Promosi Dengan Content Marketing Pada Media Sosial
TikTok di PT. Visi Global Kolaborasi.

Laporan Praktik Kerja Lapangan di atas disetujui dan diterima baik sebagai salah satu karya ilmiah mahasiswa yang bersangkutan dalam memenuhi salah satu syarat mata kuliah pada Fakultas Ekonomi – Jurusan S1 Manajemen, STIE Tri Bhakti.

Bekasi, 22 Juni 2024

Mengetahui

Wakil Ketua 1



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

Dosen Pembimbing



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

ABSTRAK

Siska Anggreani. Laporan Praktik Kerja Lapangan ini berjudul “Strategi Promosi Dengan *Content Marketing* Pada Media Sosial TikTok Di PT. Visi Global Kolaborasi”. Laporan Praktik Kerja Lapangan ini bertujuan untuk menganalisis lingkungan eksternal PT. Visi Global Kolaborasi untuk memahami situasi pasar dan dinamika perusahaan, serta menganalisis tindakan spesifik yang diambil oleh PT. Visi Global Kolaborasi dalam mempromosikan produk Falabelle. Sumber data dalam laporan ini adalah pemilik perusahaan serta karyawan divisi *content marketing*. Laporan Praktik Kerja Lapangan ini menggunakan metode wawancara dan observasi serta kepustakaan. Berdasarkan laporan, Industri *skincare* di Indonesia tumbuh pesat dengan permintaan tinggi terhadap produk alami. Media sosial seperti TikTok dan Instagram sangat mempengaruhi perilaku konsumen dan menjadi platform utama promosi. Falabelle memanfaatkan tren ini dengan produk alami, mempromosikan melalui media sosial dengan strategi periklanan, pemasaran langsung dan interaktif, publisitas dan hubungan masyarakat, serta promosi penjualan seperti diskon dan *giveaway*.

Kata kunci :Strategi Promosi, Pemasaran Konten, Tiktok

ABSTRACT

Siska Anggreani. *This Field Work Practice Report is entitled "Promotion Strategy With Content Marketing on TikTok Social Media at PT. Visi Global Kolaborasi". This Field Work Practice Report aims to analyze the external environment of PT. Visi Global Kolaborasi to understand the market situation and company dynamics, as well as analyze specific actions taken by PT. Visi Global Kolaborasi in promoting Falabelle products. The data sources in this report are company owners and employees of the content marketing division. This Field Work Practice Report uses interview and observation methods as well as literature. Based on reports, the skincare industry in Indonesia is growing rapidly with a high demand for natural products. Social media such as TikTok and Instagram greatly influence consumer behavior and become the main platform for promotion. Falabelle capitalizes on this trend with natural products, promoting through social media with advertising strategies, direct and interactive marketing, publicity and public relations, as well as sales promotions such as discounts and giveaways*

Keywords :Promotion Strategy, Content Marketing, Tiktok

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur ke hadirat Allah SWT atas segala nikmat dan kasih karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Praktik Kerja Lapangan yang berjudul “Strategi Promosi Dengan Content Marketing Pada Media Sosial TikTok di PT. Visi Global Kolaborasi”

Selama melaksanakan Kerja Praktik dan dalam menyusun laporan ini, penulis menerima banyak bimbingan, arahan, petunjuk, saran, serta fasilitas yang sangat membantu hingga laporan ini selesai. Oleh karena itu, dengan setulus hati penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah menganugerahi penulis kesehatan, kekuatan, kemudahan, dan kelancaran, sehingga penulis mampu menyelesaikan Laporan Praktik Kerja Lapangan ini.
2. Bapak Drs. Widayatmoko, MM., M.Ikom. selaku Ketua Tri Bhakti Business School.
3. Ibu Dr. Sofia Maulida, SE., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen di Tri Bhakti Business School sekaligus dosen pembimbing, yang dengan tulus meluangkan waktu untuk memberikan pengetahuan, saran, tenaga, pemikiran, serta motivasi kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Laporan Praktik Kerja Lapangan dengan tepat waktu. Terima kasih banyak. Sehat selalu Ibu.
4. Bapak Rivai Muchlis selaku pemilik perusahaan yang telah mengizinkan penulis dapat melakukan praktik kerja lapangan di PT. Visi Global Kolaborasi.
5. Ibu Adhitya Candra Kirana selaku *Content Lead* yang telah membimbing penulis dalam menjalankan kegiatan praktik kerja lapangan.
6. Kedua orang tua penulis yang selalu memberikan dukungan, pengorbanan, mendoakan tanpa henti, dan memberikan semangat .

7. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu atas dukungan dan bantuannya sehingga Laporan Praktik Kerja Lapangan ini dapat terselesaikan.

Berkat kebaikan dan kebijaksanaannya, penulis berhasil menyelesaikan Laporan Praktik Kerja Lapangan ini. Semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal atas kebaikan dan jasa-jasanya.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam hal penulisan dan bahasa dalam pembuatan laporan ini. Oleh karena itu, penulis dengan tulus menerima kritik dan saran yang membangun sebagai masukan yang sangat berharga. Namun demikian, penulis berharap agar karya sederhana ini dapat bermanfaat sebagaimana mestinya bagi yang membutuhkannya

DAFRAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFRAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR BAGAN/GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan PKL/Magang	3
1.4 Manfaat PKL/Magang	3
1.5 Teori yang Relevan.....	4
1.6 Metode PKL/Magang	10
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	13
2.1 Sejarah Perusahaan	13
2.2 Struktur Organisasi	14
2.3 Kegiatan Organisasi/Departemen	19
BAB III URAIAN DESKRIPSI TUGAS DAN PEMBAHASAN	22
3.1 Penempatan dan Jadwal Magang	22

3.2	Uraian Deskripsi Tugas.....	23
3.3	Pembahasan.....	56
BAB IV PENUTUP		88
4.1	Simpulan	88
4.2	Saran-saran.....	91
DAFTAR PUSTAKA.....		92
LAMPIRAN-LAMPIRAN		98

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Jadwal Laporan Magang	23
Tabel 3. 2 Uraian Deskripsi Tugas	24

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Perusahaan	13
Gambar 2.2 Struktur Organisasi.....	14
Gambar 3. 1 Dokumentasi Konten 1.....	26
Gambar 3. 2 Dokumentasi konten 2.....	29
Gambar 3. 3 Dokumentasi Konten 3.....	32
Gambar 3. 4 Dokumentasi konten 4.....	34
Gambar 3. 5 Dokumentasi konten 5.....	37
Gambar 3. 6 Dokumentasi konten 6.....	40
Gambar 3. 7 Dokumentasi konten 7.....	42
Gambar 3. 8 Dokumentasi konten 8.....	45
Gambar 3. 9 Dokumentasi konten 9.....	48
Gambar 3. 10 Dokumentasi konten 10.....	50
Gambar 3. 11 Dokumentasi konten 11	53
Gambar 3. 12 Dokumentasi konten 12.....	55
Gambar 3. 13 Grafik Pertumbuhan Kosmetik di Indonesia.....	56
Gambar 3. 14 Produk Terlaris	59
Gambar 3. 15 Media Sosial Paling Banyak digunakan.....	60
Gambar 3. 16 Media Sosial TikTok Falabelle.....	61
Gambar 3. 17 Media Sosial Instagram Falabelle	62
Gambar 3. 18 Kategori Usia Pengguna Skincare Perempuan.....	65
Gambar 3. 19 Periklanan Falabelle	74
Gambar 3. 20 Diskon	77
Gambar 3. 21 Penawaran Spesial.....	78
Gambar 3. 22 Penawaran Bundling	79
Gambar 3. 23 Buy 1 Get 1 & Barang Gratis	80
Gambar 3. 24 Giveaway.....	81
Gambar 3. 25 Kolaborasi Influencer.....	82
Gambar 3. 26 Ukuran Keberhasilan Penggunaan Media Sosial TikTok.....	84

Gambar 3. 27 Ukuran Keberhasilan Kontaen Kreatif dan Soft Selling.....	85
Gambar 3. 28 Ukuran Keberhasilan Promosi Penjualan.....	86

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	98
Lampiran 2	99
Lampiran 3	103
Lampiran 4	104
Lampiran 5	106