



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**PERAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI PLATFORM
IKLAN UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*
PT. LIRE DECOSME HERBALINDO**



PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN

JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

2024



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Tartila Azkiya Nurul Izzati

NIM : 2105421016

Program Studi : Administrasi Bisnis Terapan

Judul Laporan : Peran Media Sosial Tiktok sebagai Platform Iklan dalam membangun
Brand Awareness pada PT. Lire Decosme Herbalindo

Depok, 06 Januari 2025

Koordinator Program Studi

Pembimbing

Yanita Ella N.C., S.Ab., M.Si
NIP. 199001042019032026

Yanita Ella N.C., S.Ab., M.Si
NIP. 199001042019032026

Mengetahui,
Ketua Jurusan Administrasi Niaga

Dr. Dra. Iis Mariam, M.Si
NIP 196501311989032001

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada (Tuhan) karena berkat limpahan rezeki, nikmat, rahmat, dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan magang dengan judul Peran Media Sosial TikTok sebagai Platform Iklan dalam membangun *Brand Awareness* pada PT. Lire Decosme Herbalindo.

Laporan magang ini dapat diselesaikan dengan baik dengan melibatkan banyak pihak yang membantu penulis baik secara moril maupun material. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr.sc., Zainal Nur Arifin, Dipl. Ing. HTL., M.T selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Dra. Iis Mariam, M.Si selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta
3. Yanita Ella N.C., S.Ab., M.Si selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis Terapan, sekaligus selaku DPM (Dosen Pembimbing Magang) yang dengan tulus dan sabar meluangkan waktunya untuk membimbing penulis, memberikan arahan dan masukan, serta memberikan motivasi kepada penulis dalam penyelesaian penulisan laporan magang sehingga dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
4. Bapak dan Ibu dosen Administrasi Niaga yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa perkuliahan.
5. Mega Dwi Ariani, selaku mentor magang yang telah banyak memberikan arahan dan ilmu baru dalam pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) dan memberikan informasi guna penyusunan laporan.
6. Kedua orang tua penulis yang selalu mendo'akan, mendukung, memberikan semangat dan motivasi, serta kasih sayang yang tiada hentinya kepada penulis
7. Seluruh karyawan pada PT Lire Decosme Herbalindo yang telah mengizinkan penulis untuk melaksanakan Praktek Kerja Lapangan



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

(PKL) dan memberikan semangat serta dukungan dalam penyusunan laporan magang ini.

8. Anak Baik, Nurul Latifah dan keluarga besar Administrasi Bisnis Terapan 2021 yang selalu berjuang, mendo'akan, dan mendukung satu sama lain untuk menyelesaikan laporan magang ini.

Penulis sadar dalam menyusun laporan magang ini masih banyak kekurangan, oleh karena itu penulis sangat terbuka untuk menerima kritik dan saran dari banyak pihak yang bertujuan untuk memotivasi penulis untuk dapat memperbaiki dan mengevaluasi laporan magang ini agar dapat bermanfaat bagi penulis maupun pembaca.

Depok, 06 Januari 2025

Penulis,

Tartila Azkiya Nurul Izzati
NIM 2105421016

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Tujuan Magang.....	5
1.3 Manfaat Magang	5
1.3.1 Manfaat Teoritis	6
1.3.2 Manfaat Praktis	6
1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan	7
1.5 Jadwal Kegiatan	8
BAB II TINJAUAN UMUM	13
2.1 Sejarah PT Lire Decosme Herbalindo.....	13
2.1.1 Profil Perusahaan	14
2.1.2 Logo Perusahaan.....	14
2.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	16
2.2 Kegiatan Perusahaan	16
2.3 Struktur Organisasi PT Lire Decosme Herbalindo.....	17
2.4 Struktur Organisasi Divisi <i>Marketing</i> PT Lire Decosme Herbalindo	19
2.4.1 Job Description	19
BAB III HASIL PELAKSANAAN MAGANG	24
3.1 Pelaksanaan dan Pembahasan Magang	24
3.1.1 Pelaksanaan Magang.....	24
3.1.2 Pembahasan Magang	28
3.2 Solusi dari Pembahasan Magang.....	39



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB IV PENUTUP	48
4.1 Kesimpulan.....	48
4.2 Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA.....	50
LAMPIRAN.....	51
<i>CURRICULUM VITAE</i>	52





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jadwal Kegiatan	8
Tabel 3. 1 Karakteristik Responden	43
Tabel 3. 2 Hasil Kuesioner	43





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data <i>Audiens</i> Iklan	1
Gambar 1. 2 Sebelum dan Sesudah Iklan di Instagram	3
Gambar 1. 3 Sebelum dan Sesudah Iklan di Facebook	3
Gambar 1. 4 Sebelum dan Sesudah Iklan di Tiktok	3
Gambar 1. 5 Hasil Survey Pengaruh Iklan terhadap <i>Brand awareness</i>	4
Gambar 2. 1 Logo PT. Lire Decosme Herbalindo	14
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi PT Lire Decosme Herbalindo.....	17
Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Divisi Marketing	19
Gambar 3. 1 Publikasi Konten	25
Gambar 3. 2 Respon Audiens.....	25
Gambar 3. 3 Berkomunikasi dengan Klien	26
Gambar 3. 4 <i>Meeting</i> dengan Klien	27
Gambar 3. 5 Dokumentasi Kunjungan Client.....	28
Gambar 3. 6 Profil Tiktok LIRE	29
Gambar 3. 7 Tampilan Konten di TikTok	30
Gambar 3. 8 Wawasan Usia Pengikut	31
Gambar 3. 9 Wawasan Lokasi Pengikut	32
Gambar 3. 10 Wawasan <i>Gender</i> Pengikut	32
Gambar 3. 11 Waktu Paling Aktif	33
Gambar 3. 12 Hasil Survey Pengaruh Iklan terhadap <i>Brand awareness</i>	34
Gambar 3. 13 <i>Engagement Rate</i> Sebelum Iklan	36
Gambar 3. 14 Analisis Konten Sebelum Iklan	37
Gambar 3. 15 Analisis Konten Sebelum Iklan	40
Gambar 3. 16 Analisis Konten Setelah Iklan	40
Gambar 3. 17 <i>Engagement Rate</i> Setelah Iklan.....	42



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

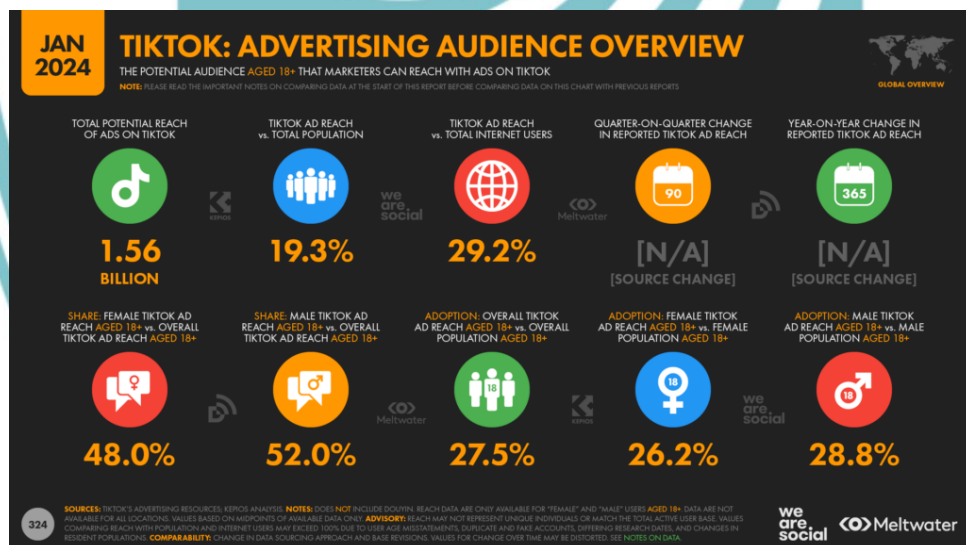
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

TikTok telah berkembang menjadi salah satu platform media sosial paling populer di dunia, dengan format konten berbasis video pendek yang kreatif dan menarik. Platform ini tidak hanya digunakan untuk hiburan, tetapi juga menjadi alat yang efektif bagi perusahaan untuk memasarkan produk mereka. Dengan fitur algoritma canggih yang mampu mendistribusikan konten kepada audiens yang relevan, TikTok memberikan peluang besar bagi merek untuk menjangkau konsumen secara luas. Berdasarkan laporan *We Are Social* per Januari 2024, TikTok memiliki jangkauan global hingga 1,56 miliar pengguna aktif setiap bulan, menjadikannya salah satu platform terdepan dalam dunia pemasaran digital.



Gambar 1. 1 Data Audiens Iklan
Sumber : Laporan We Are Social, Januari 2024

Berdasarkan **Gambar 1.1** menjadikan TikTok sebagai platform yang sangat potensial untuk menawarkan jangkauan yang lebih luas, *engagement* yang lebih tinggi, dan memiliki daya tarik yang kuat untuk menjadi platform iklan yang efektif dalam membangun kesadaran merek (*brand awareness*) di tengah persaingan pasar yang semakin kompetitif. Hal ini menjadikan TikTok efektivitas dalam membangun *brand awareness*.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PT. Lire Decosme Herbalindo adalah perusahaan maklon (OEM) yang bergerak di bidang *skincare*, *bodycare*, *haircare*, *cosmetic* dan *parfume*. Berdiri sejak 11 Oktober 2023, perusahaan ini memiliki komitmen untuk mendukung perkembangan industri kecantikan lokal dengan menciptakan produk-produk inovatif yang mampu bersaing di pasar nasional dan internasional. Selain itu, PT. Lire Decosme Herbalindo juga berfokus pada pemberdayaan masyarakat melalui layanan maklon yang handal dan terpercaya. Namun, perusahaan menghadapi tantangan signifikan dalam meningkatkan *brand awareness* di tengah persaingan industri kecantikan yang semakin ketat.

Tantangan utama terletak pada rendahnya tingkat pengenalan merek (*brand awareness*) perusahaan di pasar. Hal ini berdampak langsung pada keterbatasan konsumen dalam mengenali produk dan layanan yang ditawarkan. Rendahnya *brand awareness* ini menjadi kendala dalam menarik perhatian dan minat pembeli, yang pada akhirnya memengaruhi potensi pertumbuhan perusahaan. Selain itu, *engagement rate* konten organik di media sosial TikTok, salah satu platform yang menjadi fokus utama pemasaran, juga relatif rendah. Rendahnya tingkat keterlibatan, seperti jumlah suka, komentar, dan berbagi konten, menunjukkan bahwa audiens belum memberikan respons aktif terhadap pesan pemasaran yang disampaikan. Dengan keterlibatan yang minim, pesan iklan sulit menjangkau audiens secara efektif dan menghambat kemampuan perusahaan untuk memperluas jangkauan pasar.

Sebagai upaya untuk mengatasi masalah tersebut, PT Lire Decosme Herbalindo mulai memanfaatkan fitur iklan berbayar di berbagai media sosial, termasuk TikTok, Instagram, dan Facebook. Dalam laporan ini, akan disajikan perbandingan data sebelum dan sesudah penggunaan iklan di TikTok, Instagram, dan Facebook untuk memberikan gambaran lebih rinci mengenai dampak iklan terhadap upaya peningkatan *brand awareness* perusahaan. Berikut ini adalah hasil insight yang saya dapatkan melalui implementasi iklan pada akun PT. Lire Decosme Herbalindo:

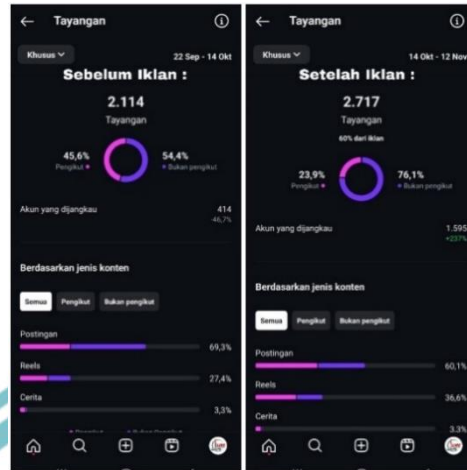
Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

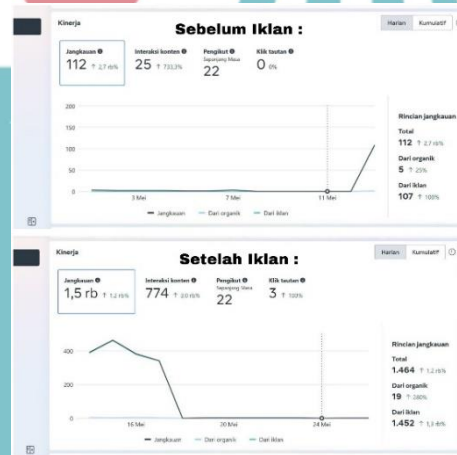
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

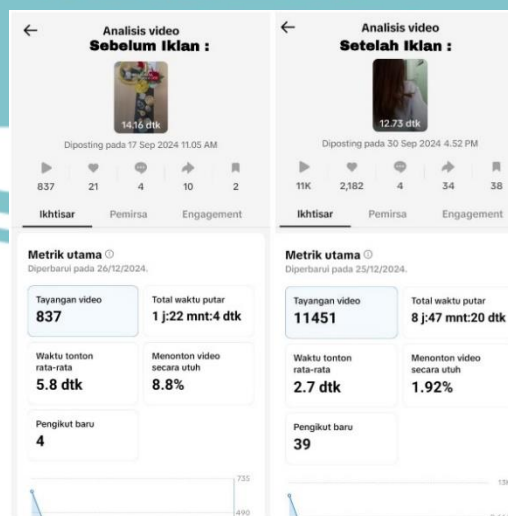
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 1. 2 Sebelum dan Sesudah Iklan di Instagram
Sumber : Analisis Tayangan Instagram PT. Lire Decosme Herbalindo

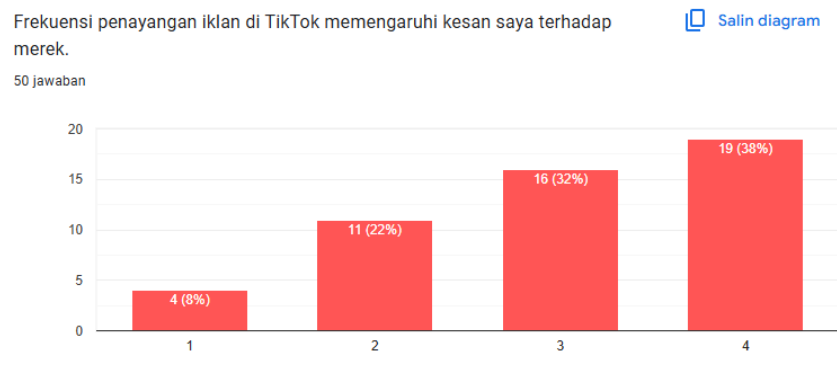


Gambar 1. 3 Sebelum dan Sesudah Iklan di Facebook
Sumber : Analisis Jangkauan Facebook PT. Lire Decosme Herbalindo



Gambar 1. 4 Sebelum dan Sesudah Iklan di Tiktok
Sumber : Analisis Jangkauan TikTok PT. Lire Decosme Herbalindo

Pada **Gambar 1.2**, **Gambar 1.3**, **Gambar 1.4** merupakan hasil analisis konten perbandingan sebelum dan setelah penggunaan iklan di TikTok, Instagram, dan Facebook . Hasilnya menunjukkan bahwa implementasi iklan berbayar pada akun TikTok PT Lire Decosme Herbalindo menunjukkan adanya peningkatan signifikan baik dari segi efektivitas iklan maupun respons audiens.



Gambar 1. 5 Hasil Survey Pengaruh Iklan terhadap *Brand awareness*
Sumber : Data Survey PT. Lire Decosme Herbalindo, 2024

Berdasarkan Gambar 1.4 merupakan hasil survey yang telah dilakukan kepada 50 responden meliputi : Konsumen potensial, Pelanggan *existing* (*loyal*), Calon pelanggan baru PT Lire Decosme Herbalindo dengan kategori pengguna sosial media TikTok. Survei ini dilakukan untuk menilai frekuensi penayangan iklan di Tiktok dapat mempengaruhi kesan terhadap merek. Dari hasil survei tersebut, dapat disimpulkan bahwa sebesar 38% menyatakan bahwa setuju dengan pernyataan tersebut.

Berdasarkan laporan data, dapat disimpulkan bahwa TikTok memiliki potensi yang sangat besar dalam meningkatkan jangkauan iklan secara signifikan. Platform ini tidak hanya mampu menarik perhatian audiens yang lebih luas tetapi juga memberikan dampak nyata dalam membangun dan memperkuat *brand awareness* PT. Lire Decosme Herbalindo. Hal ini terlihat dari efektivitas algoritma TikTok dalam mendistribusikan konten kepada target audiens yang relevan, serta tingkat keterlibatan yang lebih tinggi dibandingkan platform media sosial lainnya. Laporan ini memberikan gambaran komprehensif tentang keberhasilan strategi pemasaran yang telah

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

diterapkan. Oleh karena itu, laporan ini diharapkan dapat menjadi landasan bagi PT. Lire Decosme Herbalindo untuk mengembangkan solusi yang lebih efektif dan strategis, tidak hanya dalam memanfaatkan TikTok tetapi juga dalam merancang kampanye pemasaran digital yang inovatif di masa depan, guna memperkuat posisi merek di industri maklon produk kecantikan.

1.2 Tujuan Magang

Tujuan disusunnya Laporan Magang ini adalah untuk menganalisis permasalahan terkait *brand awareness* PT. Lire Decosme Herbalindo di media sosial TikTok serta memberikan solusi yang relevan melalui evaluasi dan implementasi strategi iklan. Adapun tujuan spesifiknya adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi kendala utama yang dihadapi PT. Lire Decosme Herbalindo dalam memanfaatkan TikTok sebagai platform iklan untuk meningkatkan *brand awareness*.
2. Menganalisis dampak fitur TikTok Ads dalam menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*).
3. Menyusun rekomendasi strategi pemasaran yang berkelanjutan, inovatif, dan relevan untuk memaksimalkan potensi TikTok sebagai media promosi utama dalam memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan pengakuan merek di kalangan konsumen.

1.3 Manfaat Magang

Manfaat magang ini memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk mendapatkan pengalaman nyata dalam lingkungan kerja yang sesuai dengan bidang studi mahasiswa. Mahasiswa dapat mengaplikasikan pengetahuan teoritis yang telah dipelajari di perkuliahan ke dalam situasi nyata, serta mengembangkan keterampilan praktis yang relevan dengan karir yang diinginkan.

Magang memungkinkan mahasiswa untuk membangun jaringan profesional dengan rekan kerja, atasan, dan kolega di perusahaan. Hubungan ini dapat menjadi aset berharga untuk mencari peluang pekerjaan

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

di masa depan, mendapatkan referensi, dan mendapatkan wawasan tentang industri yang mereka minati.

Perusahaan dapat mengamati langsung kemampuan dan dedikasi mahasiswa selama magang, dan ini dapat menjadi pertimbangan dalam proses rekrutmen di kemudian hari. Magang juga dapat membantu perusahaan mengisi posisi pekerjaan yang terbuka dengan calon karyawan yang telah beradaptasi dengan lingkungan kerja perusahaan.

1.3.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari pelaksanaan magang ini yaitu:

- a. Mengaplikasikan pengetahuan teoritis tentang *digital marketing* dan *brand awareness* yang telah dipelajari selama perkuliahan ke dalam praktik kerja nyata.
- b. Memperdalam pemahaman tentang strategi pemasaran digital melalui iklan di media sosial TikTok, khususnya dalam meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*).
- c. Memberikan wawasan yang lebih luas mengenai peran platform TikTok sebagai alat promosi dalam mendukung keberhasilan kampanye pemasaran di industri maklon kecantikan.

1.3.2 Manfaat Praktis

Ada beberapa kegunaan baik mahasiswa, Jurusan Administrasi Niaga maupun instansi tempat pelaksanaan magang sebagai berikut:

- a. Manfaat bagi Mahasiswa
 - 1) Mahasiswa Politeknik Negeri Jakarta, Program Studi Administrasi Bisnis Terapan, dapat memperoleh pengalaman kerja nyata di bidang *digital marketing*, khususnya dalam menggunakan platform TikTok untuk kampanye iklan.
 - 2) Mahasiswa dapat meningkatkan kemampuan dalam menyusun, merancang, dan mengevaluasi strategi pemasaran digital berbasis iklan di media sosial.
 - 3) Mahasiswa mendapatkan pemahaman tentang pentingnya analisis data dalam mengukur keberhasilan iklan di media

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

sosial, seperti *engagement rate*, *reach*, dan peningkatan *brand awareness*.

b. Manfaat bagi Politeknik Negeri Jakarta - Jurusan Administrasi Niaga

- 1) Jurusan Administrasi Niaga dapat menjalin hubungan kerja sama yang lebih erat dengan PT Lire Decosme Herbalindo, yang akan menjadi mitra strategis dalam pelaksanaan program magang.
- 2) Dapat meningkatkan kualitas lulusan melalui pengalaman nyata dalam kegiatan magang, sehingga lulusan lebih siap menghadapi kebutuhan dunia kerja, khususnya dalam bidang pemasaran digital.
- 3) Memberikan masukan untuk penyempurnaan kurikulum pemasaran digital agar lebih relevan dengan kebutuhan industri saat ini.

c. Manfaat bagi Perusahaan/Mitra Magang

- 1) Memberikan kesempatan kepada perusahaan untuk mengidentifikasi bakat potensial mahasiswa magang yang mampu berkontribusi pada pengembangan strategi pemasaran digital.
- 2) Mendapatkan masukan berupa ide-ide baru dari mahasiswa terkait penggunaan TikTok *Ads* sebagai bagian dari kampanye pemasaran untuk meningkatkan *brand awareness*.
- 3) Memperkuat hubungan kerja sama kemitraan dengan institusi pendidikan seperti Politeknik Negeri Jakarta, yang dapat berlanjut pada kolaborasi lain di masa depan.

1.4 Waktu dan Tempat Pelaksanaan

Penulis melaksanakan kegiatan magang di PT Lire Decosme Herbalindo. Berikut adalah identitas instansi tempat pelaksanaan magang dilakukan.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Nama Perusahaan : PT Lire Decosme Herbalindo
Alamat : Grand Depok City, Jl. Boulevard Grand Depok City,
Tirtajaya, Kec. Sukmajaya, Kota Depok, Jawa Barat
16412
Telepon : (+62) 823-1238-5336
Waktu : 02 September 2024 – 31 Januari 2024

1.5 Jadwal Kegiatan

Jadwal kegiatan di kantor PT Lire Decosme Herbalindo yaitu sebagai berikut:

- Hari Kerja : Senin s.d Jumat
- Jam Kerja : Pukul 08.30 s.d 17.30 WIB
- Jam Istirahat : Pukul 12.00 s.d 13.00 WIB

Penulis melaksanakan magang ditempatkan pada Divisi *Digital Market*. Adapun kegiatan yang dilakukan oleh penulis selama kegiatan magang diantaranya sebagai berikut :

Tabel 1. 1 Jadwal Kegiatan

Minggu	Jam Mulai	Jam Selesai	Penjelasan Kegiatan
Minggu 1	08.30	17.30	1. Perkenalan dengan karyawan PT Lire Decosme Herbalindo 2. <i>Labelling</i> dan <i>Shrink</i> produk (Nourishing Balm, Night Cream) 3. Pembuatan konten dan upload postingan Instagram
Minggu 2	08.30	17.30	1. Revisi konten untuk postingan TikTok & Instagram

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

			2. Take dan <i>Meeting</i> video bahan konten 3. <i>Labelling</i> dan <i>Shrink</i> berbagai produk (Parfum Lascent, Night Cream IMD, dll)
Minggu 3	08.30	17.30	1. <i>Meeting</i> dengan klien 2. <i>Labelling</i> dan <i>Shrink</i> produk (Night Cream Booster, Body Lotion RSD, dll) 3. Mengupload video di TikTok 4. Pembuatan konten video kreatif
Minggu 4	08.30	17.30	1. Menata <i>packaging</i> di dalam gudang 2. Revisi dan upload video konten TikTok 3. <i>Labelling</i> dan <i>Shrink</i> produk, termasuk Night Cream dan Body Lotion
Minggu 5	08.30	17.30	1. <i>Meeting</i> dengan klien 2. Membuat caption dan upload Instagram 3. Mencari referensi konten dan take video
Minggu 6	08.30	17.30	1. Komunikasi terkait HPP dengan customer 2. <i>Packing</i> dokumen untuk klien

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

			3. Pengajuan request produk ke R&D
Minggu 7	08.30	17.30	1. Pengajuan <i>sample</i> ke R&D 2. Kontrol kualitas produk dan pengiriman 3. Pengiriman invoice ke klien
Minggu 8	08.30	17.30	1. Pengiriman <i>sample</i> dan take video konten 2. Diskusi dengan klien 3. Revisi <i>sample</i> dan komunikasi HPP
Minggu 9	08.30	17.30	1. Edit dan upload konten hiburan 2. Pembuatan caption Instagram 3. Edit dan revisi video proses produksi
Minggu 10	08.30	17.30	1. Membuat caption dan upload postingan di Instagram 2. Membuat dan mempromosikan video hiburan di TikTok 3. Melakukan Iklan di Instagram
Minggu 11	08.30	17.30	1. Komunikasi dengan customer terkait perhitungan HPP 2. Re-take dan edit video konten

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

			3. Take video proses pembuatan parfum
Minggu 12	08.30	17.30	1. Pengajuan pendaftaran BPOM day cream 2. Take video kunjungan customer baru 3. Edit video proses produksi dan <i>Labelling</i> produk
Minggu 13	08.30	17.30	1. Pembuatan dan upload video (Instagram & TikTok) 2. Edit video rangkaian <i>skincare</i> 3. <i>Labelling</i> dan <i>Shrink</i> berbagai produk
Minggu 14	08.30	17.30	1. Take dan edit video produk hand sanitizer 2. <i>Labelling</i> dan <i>Shrink</i> toner, DNA Salmon, facial wash, serta produk lainnya
Minggu 15	08.30	17.30	1. Finalisasi dan edit video produk (<i>skincare</i> , hair mist) 2. <i>Labelling</i> dan <i>Shrink</i> produk (night cream, parfum) 3. Follow-up klien dan <i>Meeting</i> pemasaran
Minggu 16	08.30	17.30	1. Mencari tema dan venue untuk <i>Meeting</i> tahunan

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

			2. Edit label produk dan banner 3. <i>Meeting</i> dengan klien dan panitia <i>gathering</i>
Minggu 17	08.30	17.30	1. Menghitung RAB dan anggaran acara RUN <i>Meeting</i> 2. Survey harga dan perlengkapan 3. Pembuatan PPT laporan tahunan <i>digital marketing</i>
Minggu 18	08.30	17.30	1. Edit dan upload konten (TikTok dan Instagram) 2. Follow-up klien untuk pembuatan <i>sample</i> 3. Finalisasi laporan tahunan dan persiapan RUN <i>Meeting</i>
Minggu 19	08.30	17.30	1. <i>Meeting</i> dengan brand baru 2. <i>Meeting</i> dan upload after movie RUN <i>Meeting</i> 3. Kontrol produksi dan pengajuan BPOM produk klien

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB IV PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis, implementasi, dan evaluasi yang dilakukan selama kegiatan penelitian dan magang, berikut beberapa poin kesimpulan yang berhasil dirumuskan:

1. Penayangan iklan di TikTok terbukti memberikan pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan *brand awareness* PT. Lire Decosme Herbalindo. Hasil kuesioner dengan skala Likert menunjukkan dominasi jawaban "Setuju" dan "Sangat Setuju" dari para responden terhadap berbagai pernyataan yang berkaitan dengan pengaruh iklan TikTok. Responden mengakui bahwa mereka menjadi lebih mengenali merek Lire Decosme Herbalindo, baik dari segi logo, slogan, maupun layanan yang ditawarkan, setelah melihat iklan secara konsisten di platform ini.
2. TikTok menunjukkan performa yang lebih unggul dibandingkan dengan media sosial lainnya, seperti Instagram dan Facebook, dalam hal jangkauan dan dampaknya terhadap *brand awareness*. Algoritma TikTok yang secara khusus mendistribusikan konten berdasarkan minat pengguna menjadikannya platform yang sangat efektif untuk menampilkan iklan kepada target audiens yang tepat. Keunggulan ini memungkinkan PT. Lire Decosme Herbalindo untuk menjangkau lebih banyak pengguna potensial dalam waktu yang relatif singkat.
3. Frekuensi penayangan iklan memainkan peran penting dalam meningkatkan kesadaran merek. Semakin sering iklan ditampilkan, semakin tinggi tingkat brand recall dan recognition yang dirasakan oleh audiens. Hasil riset menunjukkan bahwa konsistensi dalam menayangkan iklan membantu audiens mengidentifikasi merek Lire Decosme Herbalindo dengan lebih mudah, baik melalui logo, tagline, maupun pesan yang disampaikan. Korelasi positif ini menunjukkan



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

bahwa strategi frekuensi tinggi adalah salah satu elemen utama dalam membangun *brand awareness*.

4.2 Saran

Berdasarkan kendala yang terjadi pada saat magang di PT. Lire Decosme Herbalindo, berikut beberapa saran yang dapat diajukan untuk meningkatkan efektivitas kampanye iklan PT. Lire Decosme Herbalindo di TikTok maupun media sosial lainnya:

1. Berdasarkan data insight dari TikTok *Ads Manager*, PT. Lire Decosme Herbalindo disarankan untuk melakukan segmentasi audiens berdasarkan usia, lokasi, minat, dan perilaku online, dengan fokus pada segmen usia 18–35 tahun. Iklan sebaiknya ditayangkan pada jam-jam puncak aktivitas audiens, seperti pukul 13.00 dan 21.00 WIB, untuk memaksimalkan jangkauan dan engagement.
2. Memanfaatkan format video pendek dengan storytelling menarik, seperti "TopView *Ads*" dan "In-Feed *Ads*," serta fitur interaktif seperti "Hashtag Challenge" dan "Branded Effects," untuk meningkatkan keterlibatan audiens dan memperluas jangkauan iklan.
3. PT. Lire Decosme Herbalindo perlu melakukan pemantauan secara real-time terhadap kinerja iklan dan menyusun laporan mingguan atau bulanan mengenai analitik kinerja iklan TikTok *Ads*, yang berisi data dan metrik hasil performa kampanye iklan selama periode tertentu. Laporan ini mencakup informasi yang dapat digunakan untuk mengevaluasi efektivitas strategi pemasaran digital.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR PUSTAKA

- Huang, L., Xie, H., & Chen, J. (2022). *Artificial Intelligence-Powered Algorithm in TikTok for Digital Marketing*. Journal of Marketing Analytics, 11(3), 45-60.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*. Business Horizons, 53(1), 59-68.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control* (11th ed.). Prentice Hall.
- Lavidge, R. J., & Steiner, G. A. (1961). *A Model for Predictive Measurements of Advertising Effectiveness*. Journal of Marketing, 25(6), 59-62.
<https://doi.org/10.1177/002224296102500611>
- Sholihin, M. (2009). *Manajemen Dokumentasi: Strategi Efektif Pengelolaan Informasi*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Facebook Business. (2023). *Guide to Advertising on Facebook*. Diakses dari <https://www.facebook.com/business>.
- Instagram for Business. (2023). *Insights and Advertising Metrics*. Diakses dari <https://business.instagram.com>.
- TikTok For Business. (2023). *TikTok Ads Manager Insights*. Diakses dari <https://business.tiktok.com>.
- TikTok. (2024). *TikTok Analytics for Business Performance*. Diakses dari <https://tiktok.com/business/analytics>.
- We Are Social. (2024). *Digital 2024 Global Overview Report*. Diakses dari <https://wearesocial.com>.

LAMPIRAN



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



PRIBADI

Nama
Tartila Azkiya Nurul Izzati

Alamat
Jalan Lapangan Koni 1, Pancoran
Mas Depok
16436 Depok, Jawa Barat

Nomor telepon
085810217570

Email
tartilaazkiya72061@gmail.com

Tanggal lahir
07-01-2004

Tempat lahir
Depok

BAHASA

Indonesian ★★★★★

English ★★☆☆☆

CURRICULUM VITAE

TARTILA AZKIYA NURUL IZZATI

Mahasiswa semester 7 motivasi diri dengan minat dalam administrasi, bisnis, marketing dan logistik. Aktif dalam keanggotaan organisasi kampus. Memiliki ketertarikan tinggi di bidang digital marketing, administrasi, keuangan, dan dunia bisnis serta memiliki pengalaman dalam bidang tersebut. Bersemangat untuk menyumbangkan keterampilan dan keahlian saya sebagai mahasiswa untuk mendukung dan mengoptimalkan kinerja dalam suatu perusahaan.



PENDIDIKAN

- Sep 2021 **D4 Administrasi Bisnis Terapan**
Politeknik Negeri Jakarta, Depok
 - Jul 2018 - Jun 2021 **SMK Jurusan Administrasi Perkantoran**
SMK Citra Negara, Depok
- Lulus jalur Seleksi Nasional Masuk Perguruan Tinggi Negeri di Politeknik Negeri Jakarta Jurusan Administrasi Niaga



PENGALAMAN ORGANISASI

- Jan 2019 - Jan 2020 **Sekretaris**
Forum Pelajar Sadar Hukum dan HAM Kota Depok
 - Membuat surat-surat resmi seperti surat permohonan, surat undangan, surat kontrak kerjasama, surat peminjaman, surat penyewaan, proposal penyelenggaraan acara, laporan pertanggungjawaban, dan sebagainya.
 - Menyiapkan dan mengedarkan daftar hadir anggota ataupun daftar hadir panitia
 - Menyiapkan nomor sertifikat untuk panitia maupun peserta jika dibutuhkan
 - Berkoordinasi dengan divisi lain untuk memenuhi kebutuhan mereka terkait kegiatan administrasi
 - Mendampingi Ketua atau Wakil Ketua dalam menghadiri undangan acara dari instansi pemerintah ataupun dari organisasi lain
- Sep 2018 - Jul 2020 **Sekretaris**
OSIS SMK Citra Negara
 - Membuat surat-surat yang diperlukan
 - Membuat Proposal Kegiatan
 - Menarik sponsor-sponsor untuk membantu menyelesaikan program kerja
 - Membuat laporan pertanggungjawaban kegiatan kepanitiaan atas pelaksanaan kegiatan dengan dasar laporan Ketua Panitia dan Koordinator tiap divisi
 - Menata dan melakukan arsip file-file/data, baik hardcopy maupun softcopy
- Jan 2022 - Des 2022 **Staff Muda Bagian Administrasi**
MPM Politeknik Negeri Jakarta
 - Membuat 200 surat dalam satu periode dengan berbagai macam surat seperti surat undangan, peminjaman barang, izin kegiatan, permohonan dana, dan lainnya
 - Melakukan notulensi ketika rapat online maupun offline sesuai dengan jadwal yang telah ditentukan
 - Melakukan arsip pada surat masuk maupun surat keluar pada spreadsheet data surat masuk dan keluar
 - Mengadakan kegiatan cerdas cermati administrasi kepada seluruh biro administrasi ORMawa PNJ



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Feb 2023 - Jan 2024 **Bendahara Umum**
Himpunan Mahasiswa Administrasi Niaga
 - Menyusun RAB dan Bertanggung jawab dalam membuat LPJ dalam setiap kegiatan
 - Mengelola keuangan dan memfasilitasi pembiayaan program kerja dan organisasi
 - Bertanggungjawab dalam mengelola pembayaran uang kas pengurus Himpunan Mahasiswa Administrasi Niaga
 - Dipercaya mengelola dana sebesar 30 juta dengan aktif membuat cash flow seakurat mungkin
- Jul 2022 **Volunteer Ticketing**
Event Vapemagz
 - Mengurus pembelian dan atau penukaran tiket saat acara berlangsung
 - Mengarahkan peserta yang telah selesai bertransaksi ke tempat berlangsungnya acara
 - Melakukan pendataan sesuai list daftar tamu yang telah disiapkan koordinator
 - Melaporkan hasil pemasukan tiket serta jumlah tiket yang terjual kepada koordinator



PENGALAMAN KERJA

- Jul 2019 - Sep 2019 **Staff Sumber Daya Manusia (Magang)**
Fakultas Psikologi, Universitas Indonesia, Depok
 - Melakukan crosscheck serta melengkapi database administrasi pegawai meliputi data pribadi karyawan dan dosen serta data keluarga karyawan dan dosen.
 - Mengelompokkan ke dalam folder sesuai dengan data yang sudah dilengkapi
 - Mengirimkan surat kepada bagian atau unit lain dengan membawa tanda penerimaan surat
 - Membantu memonitoring kehadiran dosen Psikologi UI pada kegiatan Medical check up
- Jun 2021 - Sep 2022 **Staff Waiters (Full Time & Part Time)**
Makanholic, Depok
 - Memastikan customers mendapatkan pelayanan terbaik dan produk berkualitas baik
 - Menjaga kebersihan , kerapian dan kenyamanan stand/booth secara keseluruhan
 - Menguasai pengetahuan tentang produk, menu dan service
 - Menyajikan makanan dan minuman sesuai dengan resep serta SOP restoran tersebut
- Agu 2023 - Jan 2024 **Digital Marketing (Magang)**
PT. Rasya Anugerah Sejahtera (RAS Logistics), Jakarta Selatan
 - Menyusun konsep dan rencana distribusi konten sosial media untuk meningkatkan engagement konsumen
 - Melakukan pemasaran dan branding perusahaan menggunakan media digital untuk meningkatkan brand awareness
 - Membuat design brosur atau pamflet yang dibutuhkan oleh perusahaan
 - Melakukan dokumentasi kegiatan perusahaan
 - Membuat design konten untuk diupload di sosial media perusahaan
- Feb 2024 - Mei 2024 **Host Live Shopee (Part Time)**
Rasa Creative, Jakarta Selatan
 - Memimpin jalannya Shopee Live serta mendorong penonton untuk berbelanja
 - Membaca dan merespons komentar, pertanyaan, atau saran yang dikirim



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

	- oleh penonton melalui Shopee Live • Memoderasi percakapan untuk memastikan lingkungan siaran tetap positif dan sopan • Menginformasikan diskon serta promo yang sedang berlangsung, serta informasi mengenai detail produk • Melakukan Report setiap live yang dilakukan
Mei 2024 - Okt 2024	Host Live Shopee (Full Time) Rasa Creative, Jakarta Selatan • Memimpin jalannya Shopee Live serta mendorong penonton untuk berbelanja • Membaca dan merespons komentar, pertanyaan, atau saran yang dikirim oleh penonton melalui Shopee Live • Memoderasi percakapan untuk memastikan lingkungan siaran tetap positif dan sopan • Menginformasikan diskon serta promo yang sedang berlangsung, serta informasi mengenai detail produk • Melakukan Report setiap live yang dilakukan
Sep 2024 - Jan 2025	Digital Marketing (Magang) PT. Lire Decosme Herbalindo, Depok • Mengelola media sosial perusahaan, termasuk perencanaan, pembuatan, dan penjadwalan konten. • Membuat dan mengunggah konten kreatif untuk meningkatkan engagement dan brand awareness. • Memasang dan mengelola iklan berbayar di platform Instagram, TikTok, dan Facebook untuk menjangkau audiens yang lebih luas. • Berkomunikasi langsung dengan klien melalui meeting untuk memahami kebutuhan dan memberikan solusi pemasaran. • Membantu proses labelling dan shrink wrap produk untuk klien sesuai SOP yang berlaku. • Mendokumentasikan setiap kegiatan pemasaran dan operasional untuk keperluan laporan dan arsip.



KEAHLIAN

Microsoft Office	★★★★★
Editing (Canva)	★★★★★
Team Work	★★★★★
Communication	★★★★★
Event Management	★★★★★



PENCAPAIAN

Duta Hukum dan Hak Asasi Manusia Kota Depok



PORTOFOLIO

Link Portofolio : https://drive.google.com/drive/folders/1GD8BVkqR3SHHSj_RO17G_IWZg7pd8M1u?usp=sharing