

LAPORAN KERJA PRAKTIK
AKTIVITAS *DIGITAL MARKETING COMMUNICATION*
AZARINE COSMETIC



Oleh :

ROVENA DEWI PERMATA SARI

NRP: 1423021085

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA

2024

LAPORAN KERJA PRAKTIK
*AKTIVITAS **DIGITAL MARKETING COMMUNICATION** AZARINE*
COSMETIC

**Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh Sarjana
Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya**



Oleh :

ROVENA DEWI PERMATA SARI

NRP: 1423021085

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA

2024

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya :

Nama : Roven Dew Permata Sari Den Butter

NRP : 1423021085

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul:

“AKTIVITAS *DIGITAL MARKETING COMMUNICATION* AZARINE COSMETIC”

adalah benar adanya dan merupakan hasil karya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebut sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiaris maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku di Jurusan, Fakultas, maupun Universitas.

Demikian surat pernyataan yang saya buat dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran.

Surabaya, 14 November 2024

Yang menyatakan,



Rovena Dewi Permata Sari Den Butter

NRP. 1423021085

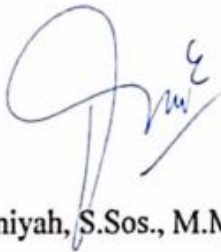
HALAMAN PERSETUJUAN
AKTIVITAS *DIGITAL MARKETING COMMUNICATION* AZARINE
COSMETIC

OLEH:

Rovena Dewi Permata Sari Den Butter

NRP : 1423021085

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH
DOSEN PEMBIMBING,



Akhsaniyah, S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN. 0702087602

Tanggal : 14 November 2024

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI,



Brigitta Revia S. F., S.I.Kom., M.Med.Kom

NIDN. 0715108903

HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN TUGAS AKHIR KERJA PRAKTIK YANG DITULIS OLEH :

Rovena Dewi Permata Sari Den Butter

NRP.1423021085

TELAH DIUJI PADA TANGGAL DAN DINYATAKAN LULUS OLEH TIM
PENGUJI

Pada : 14 November 2024

KETUA TIM PENGUJI



Dr. Nanang Krisdinanto, Drs., M.si.

NIDN : 0726126602

Tanggal: 14 November 2024

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI



Brigita Revia S. F., S.I.Kom., M.Med.Kom

NIDN. 0715108903

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS) :

Nama : Rovenia Dewi Permata Sari Den Butter

NRP : 1423021085

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Dengan ini **SETUJU** Karya Ilmiah saya dengan judul :

‘AKTIVITAS DIGITAL MARKETING COMMUNICATION AZARINE COSMETIC’

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 14 November 2024

Penulis,



Rovenia Dewi Permata Sari Den Butter

NRP. 1423021085

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan kasih-Nya, penulis berhasil menyelesaikan Laporan Kerja Praktik ini dengan baik. Proses ini dimulai dari pencarian tempat kerja praktik, penulisan proposal, pelaksanaan kerja praktik hingga selesai, bimbingan kerja praktik, hingga tahap penyusunan Laporan Kerja Praktik. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua yang memiliki peran penting dalam hidup penulis, dosen pembimbing, serta saudara dan teman-teman yang selalu memberikan dukungan selama proses penyusunan laporan ini.

Laporan Kerja Praktik ini menjadi bukti nyata dari usaha penulis dalam meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Pada akhirnya, penulis berharap bahwa Laporan Kerja Praktik ini akan menghasilkan pencapaian yang dapat membanggakan keluarga serta orang-orang terdekat, dan memberikan manfaat bagi masyarakat.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas berkat dan rahmatnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proses magang hingga penyusunan laporan ini, yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi serta bagian dari proses pembelajaran. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa seluruh proses kerja praktik dan penyusunan laporan ini tidak terlepas dari doa dan dukungungan banyak pihak. Oleh karena itu, melalui tulisan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang hanya atas karunianya, Laporan kerja Praktik ini bisa terselesaikan dengan baik.
2. Keluarga, yaitu Papa yang setia mendengar keluh kesah peneliti dalam pengerjaan proposal dan memberi dukungan penuh pada peneliti, dan Alm Mama yang menjadikan semangat untuk peneliti dalam mengejar cita-cita, serta adik yang selalu memberi dukungan dan semangatnya untuk peneliti menyelesaikan laporan.
3. Akhsaniyah, S.Sos., M.Med.Kom selaku dosen pembimbing yang senantiasa memberikan pencerahan dan referensi literatur kepada penulis. Terima kasih atas saran, waktu dan bimbingan yang diberikan kepada penulis, sehingga laporan ini dapat terselesaikan dengan lengkap dan tepat waktu
4. Anya, Tasya, Nesya, Elsa, Aril, dan Erlina yang selalu memberikan semangat dan dorongan untuk mengerjakan laporan ini, terutama Erlina yang sudah sangat membuat penulis terdorong dan panik.
5. Seluruh sahabat, teman dan rekan-rekan penulis lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Penulis mengucapkan terima kasih untuk dukungan, motivasi, kritik dan saran yang telah diberikan.

DAFTAR ISI

LAPORAN KERJA PRAKTIK.....	i
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I.....	1
I.1 LATAR BELAKANG MASALAH	1
1.2 Bidang Kerja Praktik	3
1.3 Tujuan Kerja Praktik	3
1.3.1 Tujuan Khusus	3
1.4 Manfaat Kerja Praktik	3
1.4.1 Manfaat bagi Mahasiswa	3
1.4.2 Manfaat bagi Fakultas Ilmu Komunikasi	4
1.4.3 Manfaat Bagi Perusahaan	4
1.5 Tinjauan Pustaka	4
1.5.1 Aktivitas Implementasi <i>Digital Marketing</i>	4
1.5.2 Aktivitas Strategi Digital Marketing.....	5
BAB II	8
II.1 Gambaran Umum Perusahaan Tempat Kerja Praktik.....	8
II.1.1 Identitas CV. Berkat Untung Bersaudara.....	8

II. Logo Perusahaan.....	10
II.1.3 Visi dan Misi	10
II.1.4 Struktur Organisasi Azarine Cosmetic.....	11
II.1.5 Waktu dan Pelaksanaan Kegiatan Kerja Praktik.....	11
II.2 Hasil dan Temuan	24
II.2.1 Content Creator Tiktok	25
II.2.2. Content Marketing	26
II.2.3 KOL Specialist.....	27
II.2.4 Menulis Artikel	28
II.2.5 Event	29
II.2.6 Analisis.....	31
II.2.7 Campaign	32
BAB III	34
PEMBAHASAN	34
III.1 Digital Marketing	34
III.2 Aktivitas Strategi Digital Marketing	35
BAB IV	40
PENUTUP.....	40
IV.1 Kesimpulan.....	40
IV. 2 Saran.....	40
DAFTAR PUSTAKA	42
LAMPIRAN.....	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kantor Utama Azarine Cosmetic	8
Gambar 2. 2 Logo Azarine	10
Gambar 2. 3 Struktur Organisasi.....	11
Gambar 2. 4 Kontent Tiktok.....	25
Gambar 2. 5 Kontent Infografis	26
Gambar 2. 6 Tabel Content KOL	28
Gambar 2. 7 Event Wilbex 2024	30
Gambar 2. 8 Event Play All Day	30
Gambar 2. 9 PPT Analisis Komeptitor.....	32
Gambar 2. 10 Konsep Campaign Azarine Kids	33

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	12
-------------------------	-----------

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tabel Kontent KOL	43
Lampiran 2 Brief Kontent.....	43
Lampiran 3 Logbook Kantor	44
Lampiran 4 Footage Kontent Wonderlux	44
Lampiran 5 Konten Infografis	45
Lampiran 6 Kontent Infografis.....	45
Lampiran 7 Event Play All Day	46
Lampiran 8 Event Wilbex	46
Lampiran 9 Mascot Azarine Kids (Rin & Ran)	47
Lampiran 10 Outing Minion Campaign.....	47
Lampiran 11 Outing Jatim Park.....	48
Lampiran 12 Foto Dengan Rekan Kerja	48
Lampiran 13 Lembar Penilaian	50

ABSTRAK

Laporan ini membahas strategi *digital marketing communication* yang diterapkan oleh Azarine Cosmetic dalam upaya meningkatkan brand awareness, loyalitas konsumen, dan daya saing di industri kosmetik. Fokus utama strategi ini adalah pemanfaatan media sosial, situs web resmi, serta kolaborasi dengan *Key Opinion Leaders* (KOL) dan influencer sebagai kanal utama untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Azarine menggunakan konten edukatif dan promosi interaktif untuk menarik minat konsumen, sekaligus menjaga keterlibatan mereka melalui aktivitas live streaming, giveaway, dan kampanye promosi produk. Pendekatan ini dikombinasikan dengan analisis data digital secara berkala guna menyesuaikan konten dengan tren pasar dan preferensi konsumen. Hasil dari strategi ini menunjukkan bahwa aktivitas digital marketing yang konsisten dan berbasis data dapat meningkatkan visibilitas Azarine di media online, memperkuat citra brand, serta meningkatkan interaksi dengan konsumen secara efektif. Temuan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan strategi digital marketing yang inovatif dan berkelanjutan, khususnya di sektor kecantikan yang kompetitif dan dinamis.

Kata Kunci : *Digital Marketing Communication*, Azarine Cosmetic, Citra Brand

ABSTRACT

This report discusses the digital marketing communication strategy implemented by Azarine Cosmetic in an effort to increase brand awareness, consumer loyalty, and competitiveness in the cosmetics industry. The main focus of this strategy is the utilization of social media, official websites, and collaboration with Key Opinion Leaders (KOL) and influencers as the main channels to reach a wider and more diverse audience. Azarine uses educational content and interactive promotions to attract consumer interest, while maintaining their engagement through live streaming activities, giveaways, and product promotion campaigns. This approach is combined with regular digital data analysis to adjust content to market trends and consumer preferences. The results of this strategy show that consistent and data-based digital marketing activities can increase Azarine's visibility in online media, strengthen brand image, and effectively increase interaction with consumers. These findings are expected to contribute to the development of innovative and sustainable digital marketing strategies, especially in the competitive and dynamic beauty sector.

Keywords : Digital Marketing Communication, Azarine Cosmetic, Brand

Image