

LAPORAN KERJA PRAKTIK
AKTIVITAS MARKETING COMMUNICATION TEAM DALAM PRODUKSI
KONTEN DI PT. REMBAKA(LT MEN) SURABAYA



Oleh :

Sean Kenneth

NRP : 1423021028

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

2024

LAPORAN KERJA PRAKTIK
AKTIVITAS MARKETING COMMUNICATION TEAM DALAM PRODUKSI
KONTEN DI PT. REMBAKA(LT MEN) SURABAYA
Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya



Oleh :
Sean Kenneth
NRP : 1423021028
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
2024

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya :

Nama : Sean Kenneth

NRP : 1423021028

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam laporan kerja praktik berjudul:

**“AKTIVITAS MARKETING COMMUNICATION TEAM DALAM
PRODUKSI KONTEN DI PT. REMBAKA(LT MEN) SURABAYA”**

adalah benar adanya dan merupakan hasil karya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebut sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi 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, 4 Desember 2024

Penulis,



Sean Kenneth

NRP. 1423021028

HALAMAN PERSETUJUAN
‘AKTIVITAS MARKETING COMMUNICATION TEAM DALAM
PRODUKSI KONTEN DI PT. REMBAKA(LT MEN) SURABAYA’

Oleh :

Sean Kenneth

NRP : 1423021028

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH :
DOSEN PEMBIMBING,



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

NIDN. 0702087602

Tanggal : 4 Desember 2024

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI,



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

NIDN. 0715108903

HALAMAN PENGESAHAN

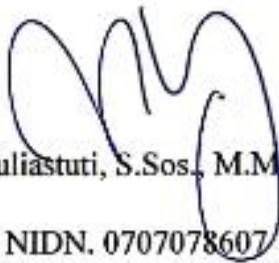
LAPORAN TUGAS AKHIR KERJA PRAKTIK YANG DITULIS OLEH :

Sean Kenneth

NRP. 1423021039

Pada : 4 Desember 2024

KETUA TIM PENGUJI



Maria Yulianti, S.Sos., M.Med.Kom

NIDN. 0707078607

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI



Brigitia 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 : Sean Kenneth
NRP : 1423021028
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

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

‘AKTIVITAS MARKETING COMMUNICATION TEAM DALAM PRODUKSI KONTEN DI PT. REMBAKA(LT MEN) SURABAYA’

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, 4 Desember 2024

Yang menyatakan,



Sean Kenneth

NRP. 1423021028

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji dan viiyukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat viiyukur 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 viiyukurviikat.

Surabaya, 4 Desember 2024

Penulis,

Sean Kenneth

NRP. 1423021085

KATA PENGANTAR

Puji dan viiiyukur 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. Tuhan Yesus Kristus yang hanya atas karunianya, Laporan kerja Praktik ini bisa terselesaikan dengan baik.
2. Keluarga, Papa, Mama dan Emak yang selalu ada mendukung dalam proses kerja praktik hingga penulisan laporan ini bisa diselesaikan dengan baik.
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. William, Jojo, Vallen, Yoas, Paulus yang selalu memberikan semangat dan dorongan untuk mengerjakan laporan ini, terutama Jojo yang selalu mengajak penulis bercanda tanpa henti
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.

Surabaya, 4 Desember 2024

Sean Kenneth

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
ABSTRAK.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang Masalah	1
I.2 Bidang Kerja Praktik	6
I.3 Tujuan Kerja Praktik	6
I.3.1 Tujuan Umum.....	6
I.3.2 Tujuan Khusus.....	7
I.4 Manfaat Kerja Praktik	7
I.4.1 Manfaat Bagi Mahasiswa.....	7
I.4.2 Manfaat Bagi Fakultas Ilmu Komunikasi	7
I.4.3 Manfaat Bagi Perusahaan	7
I.5 Tinjauan Pustaka	8
I.5.1 <i>Social Media Marketing</i>	11

I.5.2	Aktivitas Implementasi <i>Content Marketing</i>	12
BAB II		14
HASIL DAN PEMBAHASAN KERJA PRAKTIK		14
II.1	Profil Perusahaan.....	14
II.1.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	14
II.1.2	Identitas Perusahaan.....	15
II.1.3	Visi dan Misi Perusahaan.....	16
II.1.4	Logo Perusahaan	17
II.1.5	Struktur Organisasi Perusahaan	17
II.2	Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kerja Praktik	20
II.3	Hasil dan Temuan.....	55
II.3.1	<i>Pitching</i> dan menjalin Kerjasama dengan KOL (<i>Key Opinion Leader</i>).....	56
II.3.2	Pembuatan <i>Daily Story</i> pada Instagram @ltmensolution.....	62
II.3.3	Berpatisipasi pada <i>Event</i> tahunan LT PRO (<i>Beyond Beauty</i>)	63
II.3.4	Mengikuti berbagai <i>Meeting</i>	63
II.3.5	Menjadi <i>Talent</i> pada konten video IG Reels maupun TikTok @ltmensolution	64
BAB III		65
III.1	Aktivitas <i>Marketing Communication</i>	65
III.2	<i>Social Media Marketing</i>	67
III.3	<i>Content Marketing</i>	71
BAB IV		76
IV.1	Kesimpulan.....	76
IV.2	Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA :		78
LAMPIRAN		80

DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1 Kantor PT. Rembaka	16
Gambar II. 2 Logo LT MEN.....	17
Gambar II. 3 Struktur Organisasi PT. Rembaka	18
Gambar II. 4 Listing KOL	58
Gambar II. 5 Chat KOL	58
Gambar II. 6 Chat Negosiasi	59
Gambar II. 7 MOU Kerjasama	60
Gambar II. 8 Brief Content	61
Gambar II. 9 Story Instagram LT MEN	62
Gambar II. 10 Dokumentasi Crew Beyond Beauty	63
Gambar II. 11 Meeting rutin.....	64
Gambar III. 1 Akun Instagram @ltmensolution	69
Gambar III. 2 Akun TikTok @ltmensolution	70
Gambar III. 3 Konten Viral	71
Gambar III. 4 Content Plan September @ltmensolution	73
Gambar III. 5 Konten story, feeds, reels, dan TikTok.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel II.1 1 Laporan Hasil Kerja Praktik	20
--	----

ABSTRAK

Sean Kenneth. 1423021028. Aktivitas Marketing Communication Team Dalam Produksi Konten Di PT. Rembaka(LT MEN).

Laporan kerja praktik ini membahas aktivitas tim Marketing Communication dalam memproduksi konten di PT. Rembaka (LT MEN), Surabaya. Selama empat bulan, penulis terlibat dalam kegiatan pemasaran digital, termasuk manajemen media sosial, kolaborasi dengan Key Opinion Leaders (KOL), dan partisipasi dalam event tahunan Beyond Beauty.

Kerja praktik menunjukkan pentingnya social media marketing dalam membangun citra merek dan menjangkau audiens secara luas melalui platform seperti Instagram dan TikTok. Kolaborasi dengan KOL terbukti efektif meningkatkan visibilitas brand, sementara strategi content marketing membantu mempertahankan loyalitas konsumen.

Hasil kerja praktik ini memberikan wawasan tentang penerapan komunikasi pemasaran dalam konteks nyata dan diharapkan menjadi referensi untuk pengembangan strategi pemasaran digital yang lebih efektif.