

LAPORAN KERJA PRAKTIK

PROSES PRODUKSI *CONTENT* INSTAGRAM

DAN TIKTOK PADA DIVISI *MARKETING*

***COMMUNICATION* PT. AMITHA ADIKARA (PEAU**

JEUNE BEAUTÉ)



Oleh:

MEILISA JOHANA

NRP. 1423022024

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

SURABAYA

2025

LAPORAN KERJA PRAKTIK

PROSES PRODUKSI *CONTENT* INSTAGRAM

DAN TIKTOK PADA DIVISI *MARKETING*

***COMMUNICATION* PT. AMITHA ADIKARA (PEAU**

JEUNE BEAUTÉ)

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



Oleh:

MEILISA JOHANA

NRP. 1423022024

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

SURABAYA

2025

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Meilisa Johana
NRP : 1423022024
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam Laporan Kerja Praktik yang berjudul:

**PROSES PRODUKSI *CONTENT* INSTARAM DAN TIKTOK PADA DIVISI
MARKETING COMMUNICATION PT. AMITHA ADIKARA (PEAU JEUNE
BEAUTÉ)**

Adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti karya tulisan saya ini merupakan hasil plagiarisme, maka saya rela gelar kersajanaan saya dicabut.

Surabaya, 19 November 2025

Penulis,


Meilisa Johana
NRP.1423022024

HALAMAN PERSETUJUAN

PROSES PRODUKSI *CONTENT* INSTARAM DAN TIKTOK PADA DIVISI
MARKETING COMMUNICATION PT. AMITHA ADIKARA (PEAU JEUNE
BEAUTE)

OLEH :

MEILISA JOHANA

NRP. 1423022024

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING,

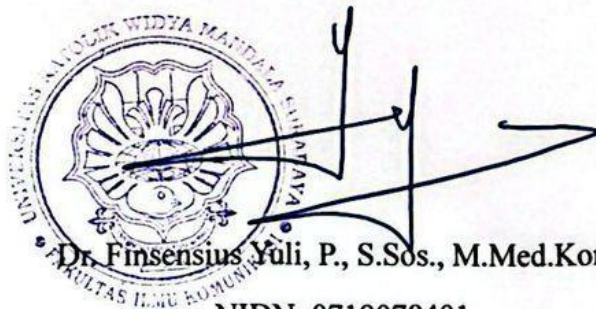


Dr. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN. 0719078401

TANGGAL : 11 November 2025

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI,



Dr. Finsensius Yuli, P., S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN. 0719078401

HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN TUGAS AKHIR KERJA PRAKTIK YANG DITULIS OLEH:

MEILISA JOHANA NRP. 1423022024

TELAH DIUJI PADA TANGGAL 19 NOVEMBER 2025 DAN DINYATAKAN
LULUS OLEH TIM PENGUJI

KETUA TIM PENGUJI



Putra Aditya Lapalelo, S.I.Kom., M.Med.Kom.

NIDN. 0731039501

MENGETAHUI,

DEKAN,



Dr. Fingsensius Yuli, P., S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN. 0719078401

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

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

Nama : Meilisa Johana
NRP : 1423022024
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Menyetujui Laporan Kerja Praktik saya, dengan judul:

**PROSES PRODUKSI CONTENT INSTARAM DAN TIKTOK PADA
DIVISI MARKETING COMMUNICATION PT. AMITHA ADIKARA
(PEAU JEUNE BEAUTÉ)**

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

Surabaya, 19 November 2025

Yang menyatakan,



Meilisa Johana

NRP. 1423022024

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktik ini dengan baik. Penulis menyadari bahwa keberhasilan ini tidak terlepas dari bimbingan, arahan, dan dukungan dari berbagai pihak selama proses kerja praktik, mulai dari pencarian tempat praktik, penulisan proposal, pelaksanaan praktik, hingga penyusunan laporan ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada kedua orang tua atas doa, kasih, dan dukungan mereka yang tiada henti, dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan motivasi, serta saudara dan teman-teman yang selalu memberikan semangat dan bantuan selama proses penyusunan laporan ini.

Laporan Kerja Praktik ini menjadi bukti nyata usaha dan pembelajaran penulis dalam menempuh pendidikan Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Penulis berharap laporan ini tidak hanya menjadi capaian pribadi, tetapi juga dapat memberikan manfaat bagi keluarga, lingkungan sekitar, dan masyarakat pada umumnya, serta menjadi bekal pengalaman yang berharga dalam mengembangkan kompetensi di bidang komunikasi dan pemasaran digital, khususnya dalam konteks praktik di Peau Jeune Beauté.

Surabaya, 11 November 2025

Penulis,

MEILISA JOHANA

NRP. 1423022024

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yesus Kristus atas rahmat, bimbingan, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktik ini dengan judul “Proses Produksi Konten Instagram dan TikTok pada Divisi Marketing Communication PT. Amitha Adikara (Peau Jeune Beauté)”.

Selain itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan, arahan, dan motivasi sehingga Laporan Kerja Praktik ini dapat terselesaikan dengan baik:

1. Terima kasih kepada Bapak Dr. Finsensius Yuli, P., S.Sos., M.Med.Kom., selaku pembimbing, yang senantiasa memberikan masukan, arahan, dan motivasi sehingga penulis mampu menuangkan gagasan dan pengalaman selama kerja praktik ke dalam laporan ini.
2. Ucapan terima kasih yang tulus penulis sampaikan kepada PT. Amitha Adikara (Peau Jeune Beauté), khususnya kepada Ce Evelyn selaku supervisor divisi *Marketing Communication*, atas kesempatan yang diberikan untuk melakukan *internship* di perusahaan ini. Banyak pengalaman berharga, ilmu, dan koneksi yang penulis peroleh selama berada di sini.
3. Terima kasih kepada Thesya dan Ce Jenni sebagai mentor dan teman satu divisi yang selalu membantu penulis dalam proses pembuatan konten, menemani dari awal masa magang hingga akhir, menjadi teman, penyemangat, dan pendukung dalam setiap kegiatan kerja praktik.

4. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada Shine dan Rachel yang menjadi tempat berkeluh kesah, selalu mengingatkan deadline, jadwal bimbingan, serta memberikan semangat dan motivasi kepada penulis.
5. Untuk seluruh rekan staf di PT. Amitha Adikara, penulis mengucapkan terima kasih atas waktu, bantuan, dan keramahan yang diberikan. Semoga kehadiran penulis selama internship menjadi kenangan yang menyenangkan, dan semoga Peau Jeune Beauté terus sukses di masa depan.

DAFTAR ISI

PROPOSAL KERJA PRAKTIK	i
PROPOSAL KERJA PRAKTIK	i
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRACT	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
I.1 Latar Belakang Kerja Praktik.....	1
I.2 Bidang Kerja Praktik.....	3
I.3. Tujuan Kerja Praktik	4
I.4 Manfaat Kerja Praktik	4
I.5 Tinjauan Pustaka	5
I.5.1 Marketing Communication.....	5
I.5.2 Proses Produksi <i>Content</i>	6
I.5.3 Content Marketing	7
BAB II	12

HASIL DAN PEMBAHASAN KERJA PRAKTIK	12
II.1 Gambaran Umum Perusahaan Tempat Kerja Praktik	12
II.1.1 Profil Perusahaan	13
II.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	14
II.1.3 Logo Perusahaan	16
II.1.4 Produk Peau Jeune Beauté	16
II.1.5 Susunan Organisasi	19
II.2 Waktu dan Pelaksanaan Kegiatan Kerja Praktik	19
II.3 Hasil Temuan	34
II.3.1 Design Instagram Story	35
II.3.2 Talent Content	37
II.3.3 Campaign Anthitesis Glowing	39
II.3.4 Event	41
BAB III	44
PEMBAHASAN	44
III.1 Pre-Production	45
III.2 Production	48
III.2 Post-Production	50
BAB IV	53
KESIMPULAN	53
IV.1 Kesimpulan	53
IV.2 Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1 Logo Peau Jeune	16
Gambar II. 2 Rangkaian Produk Peau Jeune	17
Gambar II. 3 Design story Instagram @peaujeunebeaute	36
Gambar II. 4 Penulis menjadi talent di content Instagram @peaujeunebeaute	38
Gambar II. 5 Design story campaign glowing lampu jalan	39
Gambar II. 6 Content Instagram @peaujeunebeaute campaign glowing filter.....	41
Gambar II. 7 Event Java Paragon dan Nisorayoga	42
Gambar II. 8 Event perayaan 17 Agustus Peau Jeune	43
Gambar III.1 Sheets content plan Tiktok dan Instagram	47
Gambar III. 2 Content bersama rekan.....	49
Gambar III. 3 Analisis content Tiktok dan Instagram.....	50
Gambar III. 4 Content Tiktok Peau Jeune karya penulis.....	52

DAFTAR TABEL

Tabel II. 1 Penjabaran Kegiatan Kerja Praktik	19
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lokasi Kerja Praktik.....	58
Rencana Waktu.....	58
Jenis Kegiatan.....	58
CONTENT INSTAGRAM @PEAUJEUNEBEAUTE (penulis menjadi talent) ...	59
HASIL KARYA CONTENT AKUN TIKTOK AWRENESS @PEAUJEUNEBEAUTE https://www.tiktok.com/@peaujeunebeaute?_r=1&_t=ZS-91HjgVD2tY9	60
HASIL KARYA CONTENT AKUN TIKTOK SALES @PEAU.JEUNE.BEAUTE https://www.tiktok.com/@peau.jeune.beaute?_r=1&_t=ZS-91Hk5nYTkJ	61
DESIGN STORY INSTAGRAM @PEAUJEUNEBEAUTE KARYA PENULIS (tidak semua)	61
LOGBOOK PENULIS BULAN JUNI-AGUSTUS.....	62
PENILAIAN MAGANG PEAU JEUNE	62
SURAT PENERIMAAN MAGANG DI PT. AMITHA ADIKARA (PEAU JEUNE BEAUTÉ).....	63

ABSTRACT

This study analyzes the Marketing Communication strategy of Peau Jeune Beauté, a skincare brand that focuses on social media, particularly through content production on Instagram and TikTok. The findings indicate that Peau Jeune Beauté has successfully built a strong brand identity through the consistent message of “Honest Skincare” and the *Anthithesis Glowing* campaign, which challenges unrealistic beauty standards. However, the study also reveals that the Desire and Action stages in the marketing strategy can be further strengthened to better engage consumers and encourage purchases. The author, who was directly involved in producing TikTok content for Awareness and Sales as well as Instagram content during the internship, is advised to leverage this experience to create more emotional and authentic content. By continuing to emphasize the *Anthithesis Glowing* philosophy, Peau Jeune Beauté can strengthen its position as a trusted brand while enhancing consumer loyalty.

Keywords: Marketing Communication, Content Marketing, Peau Jeune Beauté.

ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis strategi *Marketing Communication* Peau Jeune Beauté, sebuah merek *skincare* yang berfokus pada media sosial, dengan merujuk pada proses produksi konten di Instagram dan TikTok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Peau Jeune Beauté berhasil membangun identitas merek yang kuat melalui pesan konsisten “Honest Skincare” dan kampanye *Anthithesis Glowing*, yang menolak standar kecantikan yang tidak realistis. Namun, penelitian juga menemukan bahwa tahap Desire dan Action dalam strategi pemasaran masih bisa diperkuat agar konsumen lebih tertarik dan terdorong melakukan pembelian. Penulis yang terlibat langsung dalam produksi konten TikTok untuk Awareness dan Sales serta konten Instagram selama kerja praktik, disarankan untuk memanfaatkan pengalaman tersebut untuk membuat konten yang lebih emosional dan autentik. Dengan tetap menekankan filosofi *Anthithesis Glowing*, Peau Jeune Beauté dapat memperkuat posisi sebagai merek terpercaya sekaligus meningkatkan loyalitas konsumen.

Kata Kunci: Marketing Communication, Content Marketing, , Peau Jeune Beauté.