

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN
PROSES PRODUKSI KONTEN TIKTOK OLEH MARKETING
KOMUNIKASI LIPPO PLAZA JOGJA**

**Laporan Praktik Kerja Lapangan Disusun untuk
Memenuhi Gelar Ahli Madya (A.Md) dalam
Bidang Komunikasi dengan Spesifikasi Hubungan Masyarakat
Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta**



OLEH :

BELLA VISTA BAUMANN

2018/PR/5334

**PROGRAM STUDI D3 HUBUNGAN MASYARAKAT
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI YOGYAKARTA 202**

HALAMAN PERSETUJUAN
LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN
PROSES PRODUKSI KONTEN TIKTOK OLEH MARKETING
KOMUNIKASI LIPPO PLAZA JOGJA

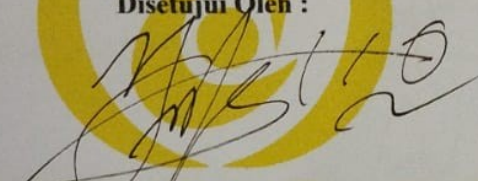
Laporan Praktik Kerja ini disusun untuk Memenuhi Gelar Ahli Madya
(A.Md) dalam bidang Komunikasi dengan spesifikasi Hubungan Masyarakat

Disusun Oleh :

BELLA VISTA BAUMANN

2018/PR/5334

Disetujui Oleh :



Entus Nuryana Ahmad, S.Sos , I.Kom

Dosen Pembimbing

STIKOM
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI
YOGYAKARTA
PROGRAM STUDI D3 HUBUNGAN MASYARAKAT

SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNKASI

YOGYAKARTA

2021

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Praktik Kerja Lapangan ini telah diterima dan disahkan sebagai Laporan Tugas Akhir dan telah dipresentasikan di hadapan dosen penguji Hubungan Masyarakat Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Yogyakarta pada :

Hari : Sabtu

Tanggal : 11 September 2021

Jam : 13.00 WIB

Tempat : Kampus STIKOM Yogyakarta

(<https://us02web.zoom.us/j/83507802060?pwd=dWc5OERsV0xiUVpvR05IR0tSWHlkZz09>)

1. Ni Luh Ratih Maha Rani M.A
(Penguji I)

2. Firdha Irmawanti, M.A
(Penguji II)

3. Entus Nuryana Ahmad,
S.Sos,I.Kom
(Pembimbing dan Penguji III)

Mengetahui,
Ketua STIKOM Yogyakarta



Dra. Sudaru Murti, M.Si
NIP : 19601218198702001

Mengesahkan,
Ketua Program Studi D3 Hubungan
Masyarakat

Djati Prasetyani Hadi, M.A
NIP : 197808142005012001

PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK

Nama : Bella Vista Baumanns

NIM : 2018/PR/5334

Judul Laporan : PROSES PRODUKSI KONTEN TIKTOK OLEH
MARKETING KOMUNIKASI LIPPO PLAZA JOGJA

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis yang saya buat berupa laporan ini bersifat orisinal, murni karya saya, merupakan deskripsi atas latihan kerja profesional selama saya menempuh praktik kerja lapangan di Lippo Plaza Jogja dengan bimbingan dosen pembimbing.
2. Karya ini bukan plagiasi (copy paste) karya orang lain, kecuali yang saya kutip seperlunya untuk mendukung argumentasi yang saya buat, dan kemudian saya cantumkan sumbernya secara resmi dalam daftar pustaka laporan sebagai rujukan ilmiah.
3. Apabila dikemudian hari terbukti saya melakukan tindakan plagiasi dan pelanggaran etika akademis, yang secara sah dapat dibuktikan dengan dokumen-dokumen yang terpercaya keasliannya oleh pimpinan STIKOM, maka saya bersedia dicabut gelar atau hak saya sebagai Ahli Madya komunikasi, yang kemudian dipublikasikan secara luas oleh STIKOM.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Yogyakarta, 17 September 2021



(Bella Vista Baumanns)

MOTTO

1 Korintus 10 : 13 “ Percobaan – percobaan yang kamu alami ialah pencobaan biasa, yang tidak melebihi kekuatan manusia. Sebab Allah setia dan karena itu ia tidak akan membiarkan kamu dicobai melampaui kekuatanmu. Pada waktu kamu dicobai Ia akan memberikan kepadamu jalan keluar, sehingga kamu dapat menanggungnya.”

“The Object of education is to prepare the young to educate themselves throughout their lives.(Tujuan pendidikan itu untuk menyiapkan anak muda agar bisa mendidik dirinya sendiri sepanjang hidupnya.)” – Robert Maynard Hutchins

**EVERYDAY IS RACE,
LIFE IS AN ADVENTURE.**

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segenap rasa Puji Syukur, Laporan Tugas Akhir ini saya persembahkan untuk :

1. Tuhan Yesus Kristus, Atas segala limpahan berkatNya sehingga diberikan kemudahan dan di cukupkan ilmu dalam proses belajar selama di STIKOM Yogyakarta.
2. Orang tua dan keluarga saya yang saya cintai dan saya hormati, yang telah mendampingi, mendoakan dan mendidik saya dengan penuh kasih sayang dan mendukung dalam segala kondisi.
3. Mas Entus Nuryana Ahmad, S.Sos,M.Ikom, yang saya hormati yang telah membimbing dan membantu saya selama penulisan laporan dengan baik dan sabar.
4. Teman-Teman PR angkatan 2018 Nanda, Kiftiyah, Putri, Beby, Ratna, Indri Y, Nia Indri, Mei, Icha yang memberikan dukungan dan saling memberikan semangat dalam berjuang bersama.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas segala berkat yang Tuhan berikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan dan penulisan laporan Praktik Kerja Lapangan yang berjudul “*Proses Produksi Konten Tiktok oleh Marketing Komunikasi Lippo Plaza Jogja*” sebagai tugas akhir. Laporan ini disusun berdasarkan pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang sudah dilaksanakan pada 1 Maret 2021 sampai 1 Mei 2021 di Lippo Plaza Jogja.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam proses Praktik Kerja Lapangan (PKL) dan penulisan laporan. Penulis mengucapkan terimakasih secara khusus kepada :

1. Diri saya sendiri yang telah bekerja keras dan berusaha dalam mengerjakan.
2. Orang tua saya, yang telah mendidik , mendukung , mendoakan, dan member semangat untuk anak-anaknya.
3. Ibu Dra.Sudaru Murti, M.Si selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi (STIKOM) Yogyakarta.
4. Mas Entus Nuryana Ahmad, S.Sos, M.Ikom selaku dosen pembimbing penulisan Laporan Praktik Kerja Lapangan yang selalu memberikan dukungan dan membimbing dengan baik.
5. Ibu Djati Prasetyani Hadi . M.A selaku ketua program Studi Public Relations yang membimbing hingga saat ini, serta semua dosen dan karyawan STIKOM Yogyakarta yang telah banyak mengajarkan dan membagi ilmunya dengan sabar selama berkuliah di STIKOM Yogyakarta.

6. Seluruh teman teman angkatan saya PR 2018, BC-RTV dan BC-Film yang banyak membantu dan mendukung saya dan menjadi keluarga baru selama di STIKOM Yogyakarta.
7. Teman- Teman saya yang saya cintai terkhusus Ancella, Yaya, Adelia, Linta, Ricardo, Andreson, Deny, dan Tika yang selalu memberikan semangat dan dukungan untuk saya selama proses penulisan. .

Penulis menyadari bahwa laporan Praktik Kerja Lapangan ini masih jauh dari kata sempurna. Maka segala kritik dan saran yang sifatnya membangun akan diterima dengan senang hati. Semoga adanya laporan Praktik Kerja Lapangan ini dapat bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan

Yogyakarta, September 2021

Penulis

(Bella Vista Baumanns)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	I
HALAMAN PERSETUJUAN	II
HALAMAN PENGESAHAN	III
PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK	IV
MOTTO	V
HALAMAN PERSEMBAHAN	VII
KATA PENGANTAR.....	VIII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR GAMBAR.....	XI
DAFTAR TABEL	XI
ABSTRAK	XII
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	3
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Maksud dan Tujuan.....	3
1.4 Manfaat PKL.....	4
1.5 Waktu dan tempat PKL.....	5
1.6 Metode Pengumpulan Data	5
BAB II KERANGKA KONSEP	6
2.1 Penegasan Judul	6
2.2 Marketing Public Relations.....	7
2.3 Public Relations	8
2.4 Proses Produksi Konten	9
2.5 Digital Marketing.....	11
2.6 Promosi	12
2.7 Media Sosial.....	14
2.8 Tiktok.....	17

BAB III DESKRIPSI LOKASI PKL	21
3.1 Sejarah Lippo Plaza Jogja	21
3.2 Denah dan Lokasi PKL	23
3.3 Logo	23
3.4 Keunggulan Lippo Plaza Jogja.....	24
3.5 Maksud dan Tujuan.....	24
3.6 Tenant dan Fasilitas Lippo Plaza Jogja.....	24
3.7 Servis dan Fasilitas	27
3.8 Struktur Organisasi	29
BAB IV KEGIATAN DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Kegiatan Praktik Kerja Lapangan	32
4.2 Pembahasan.....	40
4.3 Analisis Penulis.....	49
BAB V PENUTUP.....	51
5.1 Kesimpulan	51
5.2 Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Tiktok.....	17
Gambar 3.1 Denah dan Lokasi Lippo Plaza Jogja	23
Gambar 3.2 Logo Lippo Plaza Jogja.....	23
Gambar 3.3 Struktur Organisasi Lippo Plaza Jogja	29
Gambar 4.1 Konten Tiktok Kopi Kenangan	41
Gambar 4.2 Konten Tiktok Kopi Kenangan	46
Gambar 4.3 Konten Tiktok Kopi Kenangan	46
Gambar 4.4 Konten Tiktok Kopi Kenangan	47
Gambar 4.5 Konten Tiktok Kopi Kenangan	48
Gambar 4.6 Konten Tiktok Kopi Kenangan	48

DAFTAR BAGAN

Bagan 4.1 Bagan Pra Produksi konten.....	42
Bagan 4.2 Bagan pengambilan video.....	44

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL)	
---	--

ABSTRAK

Penulis melakukan Praktik Kerja Lapangan di Lippo Plaza Jogja pada divisi Marketing Komunikasi. Penulis melakukan Praktik Kerja Lapangan dalam durasi waktu 2 bulan dimulai dari tanggal 1 Maret – 1 Mei 2021. Tujuan penulisan laporan ini adalah untuk mengetahui proses produksi konten Tiktok Lippo Plaza Jogja melalui Tiktok. Pada laporan ini penulis akan membahas “Proses Produksi Konten Tiktok oleh Marketing Komunikasi Lippo Plaza Jogja” dengan metode pengumpulan data melalui observasi, dokumentasi, studi pustaka dan wawancara. Isi laporan ini berisi tentang proses Produksi konten Tiktok oleh Marketing Komunikasi Lippo Plaza Jogja yang melaksanakan 3 tahap produksi yaitu : 1) Pra Produksi 2) Produksi dan 3) Pasca Produksi Konten Tiktok dilakukan oleh divisi Marketing Komunikasi Lippo Plaza Jogja dalam memberikan informasi, mengingatkan sebuah produk yang di jual serta meningkatkan traffic pengunjung dalam melakukan promosi melalui konten Tiktok . Maka dari itu melalui Konten Tiktok sebagai salah satu media yang digunakan untuk menyampaikan informasi dan melakukan digital promosi , Lippo Plaza Jogja berupaya sebaik mungkin dalam melakukan proses produksi Konten Tiktok Lippo Plaza Jogja.

Kata kunci : Proses Produksi Konten Tiktok, Marketing Komunikasi Lippo Plaza Jogja, Pemasaran Digital

ABSTRACT

The author conducts Field Work Practice at Lippo Plaza Jogja in the Marketing Communications division. The author conducts Field Work Practices for a duration of 2 months starting from March 1 to May 1, 2021. The purpose of writing this report is to find out the production process promotional of Lippo Plaza Jogja through Tiktok. In this report, the writer will discuss “Tiktok Content Production Process by Marketing Communications Lippo Plaza Jogja” with data collection methods through observation, documentation, literature study and interviews. The contents of this report contain the production process of Tiktok content by Marketing Communications Lippo Plaza Jogja which carries out 3 stages of production, namely: 1) Pre-production 2) Production and 3) Post-production of Tiktok content carried out by the Lippo Plaza Jogja Communication

Marketing division in providing information, reminding a products that are sold and increase visitor traffic in promoting through Tiktok content. Therefore, through Tiktok Content as one of the media used to convey information and carry out digital promotions, Lippo Plaza Jogja is trying its best to carry out the production process of Lippo Plaza Jogja Tiktok Content.

Keywords: Tiktok Content Production Process, Lippo Plaza Jogja Communication Marketing, Digital Marketing