

**LAPORAN AKHIR MAGANG MANDIRI
MERDEKA BELAJAR KAMPUS MERDEKA
(Semester 6 Genap Tahun Akademik 2024/2025)**

**OPTIMALISASI VISUAL MARKETING DALAM SOCIAL MEDIA MARKETING
DAN EVENT ORGANIZER DI PT. KREATURE MEDIA**



Oleh :

Andi Nasution

22052010122

Dosen Pembimbing :

Pungky Febi Arifianto., S.Sn, M.Sn

NIP. 19900202 202203 1008

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS ARSITEKTUR DAN DESAIN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
2025**

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN PROGRAM MAGANG MANDIRI MBKM

OPTIMALISASI VISUAL MARKETING DALAM SOCIAL MEDIA MARKETING DAN EVENT ORGANIZER DI PT. KREATURE MEDIA

Dipersiapkan dan disusun oleh
Andi Nasution
22052010122

Semester magang : 6 (Enam) Genap Tahun Akademik 2024/2025

Disetujui Oleh

Direktur PT. Kreature Media Indonesia



Ikhwan FarisAndani

Dosen Pembimbing

Pungky Febi Arifianto, S.Sn, M.Sn

NIP : 19900202 2022031 0008

Koordinator Program Studi
Desain Komunikasi Visual



Masnuna, S.T., M.Sn.

NIPPPK.198405122021212004

Kata Pengantar

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan laporan magang ini dengan baik. Laporan ini disusun sebagai bentuk pertanggungjawaban penulis atas pelaksanaan kegiatan magang di PT. Krearture Media Surabaya, yang berlangsung selama empat bulan, yaitu dari Februari hingga Mei 2025. Kegiatan magang ini merupakan bagian dari Program Magang Mandiri Kampus Merdeka yang diinisiasi oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia.

mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada segenap jajaran manajemen dan tim PT. Krearture Media, khususnya kepada mentor dan pembimbing lapangan yang telah memberikan kesempatan, Arah, serta dukungan selama proses magang. Bimbingan dan masukan yang diberikan telah membantu penulis memahami dinamika industri kreatif, khususnya dalam bidang pemasaran media sosial, publikasi, dan produksi desain. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada dosen pembimbing di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang selalu membimbing penulis dalam penyusunan laporan ini.

Laporan ini memuat beberapa bab yang menggambarkan keseluruhan rangkaian kegiatan magang, antara lain: bab pendahuluan yang mencakup latar belakang, tujuan, cakupan laporan, dan manfaat magang; bab posisi dan kedudukan magang; bab metodologi penyelesaian tugas; bab deskripsi dan cakupan pekerjaan; bab pembelajaran hal baru dan refleksi diri; serta bab kesimpulan dan saran. Dengan tersusunnya laporan ini, penulis berharap dapat memberikan gambaran lengkap mengenai pengalaman dan proses kerja yang telah dijalani, sekaligus menjadi bahan evaluasi bagi semua pihak terkait.

Terakhir, penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan di masa mendatang. Semoga laporan magang ini dapat memberikan manfaat baik bagi penulis sendiri, institusi kampus, perusahaan tempat magang, maupun pihak lain yang berkepentingan di bidang industri kreatif.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
BAB I	8
1.1 Latar Belakang.....	8
1.2 Lingkup.....	9
1.3 Tujuan.....	9
BAB II	10
2.1 Struktur Organisasi.....	10
2.2 Lingkup Pekerjaan	11
2.3 Deskripsi Pekerjaan.....	11
2.4 Jadwal kerja.....	12
BAB III	13
3.1 Posisi Kegiatan Magang.....	13
3.2 Metodologi Penyelesaian Tugas.....	13
3.2.1 Ragam Rasa Kuliner & Ragam Rasa Kuliner Ramadhan	14
3.2.2 Creative Community Day	22
3.2.3 Desain Web Landing Page Hut 2nd Kebun Raya Mangrove.....	34
3.2.4 Ashaya Villa Batu	37
3.2.5 Safari Fun Ride KBS	41
3.2.6 Logo Sayembara Desain City Branding Kota Surabaya.....	46
3.3 Pembelajaran Hal Baru.....	48
BAB IV	49
4.1 Kesimpulan.....	49
4.2 Saran	49
BAB V	50
LAMPIRAN	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 Logo PT.Krearture Media.....	8
Gambar 2. 1 Struktur Organisasi.....	10
Gambar 3. 1 Metodologi Penyelesaian Tugas	13
Gambar 3. 2 Briefing Tugas via Whatsapp	14
Gambar 3. 3 brainstorming refrensi dari Pinterest	15
Gambar 3. 4 Konten Plan Ragam Rasa Kuliner Bulan Februari	16
Gambar 3. 5 Konten Plan Ragam Rasa Kuliner Ramadhan Bulan Maret	16
Gambar 3. 6 alternatif moodboard ragam rasa kuliner bulan february	17
Gambar 3. 7 moodboard ragam rasa kuliner ramadhan bulan maret.....	18
Gambar 3. 8 Asistensi Ragam Rasa Kuliner Via Grup Whatsapp	19
Gambar 3. 9 dokumentasi saat pengambilan footage di depan pusat grosir JMP kota lama	19
Gambar 3. 10 Sebagai talent reel.....	20
Gambar 3. 11 Editing photo untuk isi feed instagram	20
Gambar 3. 12 Proses Desain Template Reels	21
Gambar 3. 13 Proses Desain Cover Reels	21
Gambar 3. 14 Uploading Konten di Instagram	21
Gambar 3. 15 konten yang sudah diupload instagram @ragamrasakuliner	22
Gambar 3. 16 pembagian divisi dan tugas divisi untuk event creative community day	23
Gambar 3. 17 refrensi desain acara sebelumnya dari instagram	24
Gambar 3. 18 desain moodboard sosial media	25
Gambar 3. 19 konten plan creative commuity day.....	26
Gambar 3. 20 daftar kebutuhan event creative community day	26
Gambar 3. 21Poster Fashion Show	27
Gambar 3. 22 Poster Acara Utama	27
Gambar 3. 23 Poster Workshop.....	27
Gambar 3. 24 Poster Welcomepost.....	27
Gambar 3. 25 Poster Calling volunteer	28
Gambar 3. 26 Poster Musik.....	28
Gambar 3. 27 Desain gate bazar UMKM.....	28
Gambar 3. 28 Desain backdrop workshop	28
Gambar 3. 29 Desain sign sistem	29
Gambar 3. 30 Desain poster LED	29
Gambar 3. 31 Dokumentasi rapat pra event	29
Gambar 3. 32 Dokumentasi asistensi	30
Gambar 3. 33 Akun instagram @creativecommunityday	31
Gambar 3. 34 Drive 11 Sketsel.....	31
Gambar 3. 35 Final Desain Sketsel	31
Gambar 3. 36 Final Desain Signgate.....	32
Gambar 3. 37 Final Desain Backdrop Workshop	32
Gambar 3. 38 Final Desain Gate Utama.....	32
Gambar 3. 39 Final Desain Gate UMKM	32
Gambar 3. 40 Final Desain Fascia.....	33
Gambar 3. 41 Final Desain Backdrop Creative Community Day	33

Gambar 3. 42 Final Desain Backdrop Race Pack Collection	33
Gambar 3. 43 Final Desain Sign System.....	33
Gambar 3. 44 Final desain Lanyard	34
Gambar 3. 45 Foto bersama panitia creative community day	34
Gambar 3. 46 Briefing dari mentor Via Whatsapp.....	35
Gambar 3. 47 Refrensi desain web via pinterest	36
Gambar 3. 48 Sketsa desain landing page	36
Gambar 3. 49 Proses digitalisasi desain	37
Gambar 3. 50 Drive asset dan file master dari desain landing page.....	37
Gambar 3. 51 Refrensi Desain Instagram via pinterest.....	38
Gambar 3. 52 Konten Plan Ashaya Villa batu	38
Gambar 3. 53 Proses Pembuatan Desain Moodboard	39
Gambar 3. 54 Penyusunan Moodboard	39
Gambar 3. 55 Dokumentasi Asistensi	40
Gambar 3. 56 Desain feed 1 ashaya villa	40
Gambar 3. 57 Desain feed 2 ashaya villa	40
Gambar 3. 58 Desain feed 2 slide ke 2 ashaya villa.....	41
Gambar 3. 59 Akun instagram @ashayavillabatu	41
Gambar 3. 60 Briefing Projek Safari Fun Ride KBS via whatsapp	42
Gambar 3. 61 Refrensi Desain via Instagram.....	42
Gambar 3. 62 Konten Plan Safari Fun Ride KBS	43
Gambar 3. 63 Desain Moodboard	43
Gambar 3. 64 Moodboard yang dibuat tim social media Safari Fun Ride KBS	44
Gambar 3. 65 Asistensi pada Mentor via whatsapp	44
Gambar 3. 66 Dokumentasi Pengambilan Footage	44
Gambar 3. 67 Proses Desain.....	45
Gambar 3. 68 Cover reels video come on safari fun run kbs	45
Gambar 3. 69 Cover reel video wahana fun	45
Gambar 3. 70 cover teaser.....	46
Gambar 3. 71 Akun Instagram @safariFunRideKBS.....	46
Gambar 3. 72 Briefing Tugas Logo Sayembara Desain City branding Surabaya via whatsapp	47
Gambar 3. 73 Refrensi Logo via pinterest.....	47
Gambar 3. 74 Proses Desain.....	47
Gambar 3. 75 Pengumpulan Tugas di GDrive.....	48

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Layanan Perusahaan	11
Tabel 2. 2 Jadwal Kerja	12