



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

LAPORAN KERJA MAGANG
AKTIVITAS *BRAND MARKETING* DI PT INBISCO NIAGATAMA
SEMESTA (TEH PUCUK HARUM)

Ditulis sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom)



Nama : Debora Christiany hermanto
NIM : 12140110069
Fakultas : Komunikasi
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Multimedia Public Relations

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2016

LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN KERJA MAGANG
AKTIVITAS *BRAND MARKETING* DI PT INBISCO NIAGATAMA SEMESTA
(TEH PUCUK HARUM)

Oleh

Nama : Debora Christiany Hermanto

NIM : 12140110069

Fakultas : Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Multimedia Public Relations

Tangerang, 27 Juli 2016

Pembimbing,

Penguji,

(Dr. Bherta Sri Eko M,Si.)

(M. Kresna Noer P., S.Sos., M.Si)

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Bherta Sri Eko M,Si.)

**LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT DALAM
PENYUSUNAN LAPORAN KERJA MAGANG**

Dengan ini saya:

Nama : Debora Christiany Hermanto

NIM : 12140110069

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa saya telah melakukan kerja magang:

Nama Perusahaan : PT Inbisco Niagatama Semesta

Divisi : Brand Marketing – Teh Pucuk Harum

Alamat : Jl. Daan Mogot Km 18, Kalideres – Jakarta Barat

Periode Magang : 15 Maret 2016 – 20 Mei 2016

Pembimbing Lapangan : Juanita

Laporan kerja magang ini merupakan hasil karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan plagiat. Semua kutipan karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam laporan kerja magang ini telah saya sebutkan sumber kutipannya serta saya cantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti melakukan kecurangan/penyimpangan baik dalam pelaksanaan kerja magang maupun penulisan laporan kerja magang, maka saya bersedia menerima sanksi dinyatakan tidak lulus untuk mata kuliah magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 22 Juni 2016

Debora Christiany Hermanto

ABSTRAK

Sebuah *brand* akan tertanam di benak publik secara permanen dan apa yang dipikirkan publik mengenai sebuah *brand* bertolakbelakang dengan apa yang ingin *brand* sampaikan. *Brand Marketing* berfungsi untuk membuat publik memikirkan apa yang ingin disampaikan oleh *brand*. Untuk dapat menyamakan apa yang ada di benak publik terhadap brand Teh Pucuk Harum, Teh Pucuk harum mengkomunikasikan kalimat “Ga Nyangkut di Leher”, “Manisnya Pas” dan “Ga Bikin Haus Lagi”. Ketiga kalimat yang digunakan merupakan hasil dari riset terhadap konsumen Teh Pucuk Harum.

Saat ini, Teh Pucuk Harum merupakan *market leader* pada kategori RTD *tea*. Strategi yang dilakukan oleh Teh Pucuk Harum dalam mengkomunikasikan produknya adalah melalui melakukan *branding* di tempat-tempat wisata yang banyak dikunjungi oleh anak-anak muda, menjadi sponsor pada acara yang sesuai dengan target marketnya serta melakukan komunikasi melalui sosial media yang dimilikinya.

Tujuan kerja magang ini adalah untuk mengetahui bagaimana aktivitas *brand marketing* di PT Inbisco Niagatama Semesta (Teh Pucuk Harum). Selama 46 hari kerja, penulis sudah mendapatkan pengalaman dan mengetahui aktivitas *brand marketing* di Perusahaan FMCG, PT Inbisco Niagatama Semesta (Mayora Group).

Berdasarkan pengalaman praktik kerja magang yang telah dijalani, penulis memperoleh berbagai pengalaman dan pengetahuan kerja khususnya di bidang *brand marketing* yang dapat berguna bagi penulis dalam dunia kerja.

Kata kunci : *Brand Marketing*, PT Inbisco Niagatama Semesta, Teh Pucuk Harum

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat, dan kasihnya yang memungkinkan penulis untuk menyelesaikan penyusunan laporan kerja magang di PT Inbisco Niagatama Semesta dengan tepat waktu. Laporan kerja magang dengan judul “*AKTIVITAS BRAND MARKETING DI PT INBISCO NIAGATAMA SEMESTA (TEH PUCUK HARUM)*” ini penulis susun dalam rangka memenuhi syarat untuk menyelesaikan studi Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara..

Dalam penyusunan laporan kerja magang ini, penulis mendapat banyak bantuan berupa moral maupun materil dari pihak-pihak tertentu baik secara langsung maupun tidak langsung. Maka pada kesempatan ini, perkenankan penulis untuk mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Bertha Sri Eko, M.Si. selaku Ketua program studi ilmu komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara dan pembimbing kerja magang yang dengan sabar membimbing penulis sampai pada selesainya laporan kerja magang ini.
2. M. Kresna Noer P.,S.Sos., M.Si selaku penguji dalam sidang magang yang telah memberikan banyak masukan sehingga menjadikan laporan magang ini lebih baik.
3. PT Mayora Indah terutama *brand* Teh Pucuk Harum yang telah memberikan kesempatan untuk penulis melakukan praktik kerja magang dan sangat memberikan banyak pengetahuan dan pengalaman.
4. Bapak Nanang, Ibu Juanita serta Ibu Yustine yang telah membimbing penulis selama praktek kerja magang berlangsung.
5. Kedua orang tua dan keluarga besar penulis yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis dalam menyelesaikan penyusunan laporan magang tepat pada waktunya.
6. Aldi Christian beserta keluarga yang juga selalu mengingatkan dan

memberikan semangat bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi tepat pada waktunya.

7. Revaldy, Serlinia, Wahyu, dan Johanes selaku teman-teman penulis yang telah memberikan dukungan moral yang sangat besar dan berarti bagi penulis selama penulis melakukan praktek kerja magang.

Penulis sadar bahwa masih banyak kekurangan dalam teknik penulisan dalam laporan kerja magang yang telah penulis susun. Oleh karena itu, penulis sangat menerima apabila ada kritik atau saran yang bersifat konstruktif. Penulis berharap laporan kerja magang ini dapat berguna untuk ke depannya bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Tangerang, 22 Juni 2016

Debora Christiany Hermanto

UMMN

DAFTAR ISI

LAPORAN KERJA MAGANG

PENGESAHAN LAPORAN KERJA MAGANG.....	i
LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT.....	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan Kerja Magang.....	6
1.3 Waktu dan Prosedur Kerja Magang.....	6
BAB II GAMBARAN PERUSAHAAN	
2.1 Profil PT Mayora Indah.....	10
2.1.1 Kegiatan Usaha dan Jenis Produk yang Dihasilkan.....	11
2.1.2 Logo PT Mayora Indah.....	13
2.1.3 Visi & Misi PT Mayora Indah.....	14
2.1.4 Budaya Perusahaan.....	14
2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Brand Marketing.....	15
2.3 Struktur Organisasi.....	17
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	18

3.1.1 Kedudukan.....	18
3.1.2 Koordinasi.....	18
3.2 Tugas Yang Dilakukan.....	19
3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang.....	21
3.4 Proses Pelaksanaan.....	24
3.1.1 Editorial / Content Plan.....	24
3.1.2 Social Media Monitoring.....	27
3.1.3 Market Monitoring.....	28
3.5 Kendala Yang Ditemukan.....	29
3.6 Solusi Atas Kendala Yang Ditemukan.....	30
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	
4.1 Kesimpulan.....	31
4.2 Saran.....	32
DAFTAR PUSTAKA.....	33
LAMPIRAN A.....	34
LAMPIRAN B.....	53



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Produk PT Mayora Indah, Tbk.....	11
Tabel 2.2	Produk PT Mayora Indah, Tbk Yang Menjadi <i>Market Leader</i>	12
Tabel 3.1	Laporan Realisasi Kerja Magang.....	20
Tabel 3.2	Tabel Akun <i>Social Media</i>	25



UMMN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Asian Brands Lagerly Dominate in Food & Beverage</i>	3
Gambar 1.2 <i>Teh Pucuk Harum Rapid Growth in Numbers</i>	4
Gambar 2.1 Logo PT Mayora Indah.....	13
Gambar 2.2 Struktur Organisasi Divisi <i>Brand Marketing</i>	17
Gambar 3.1 Bagan Alur Koordinasi.....	18

UMMN