

**AKTIVITAS BRAND EXECUTIVE DI PT FOODS
BEVERAGES INDONESIA**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

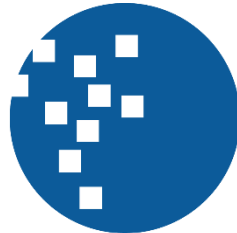
JASON KRISTANTO

00000045787

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2023

**AKTIVITAS BRAND EXECUTIVE DI PT. FOODS
BEVERAGES INDONESIA**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

JASON KRISTANTO

00000045787

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2023

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Jason Kristanto

Nomor Induk Mahasiswa : 00000045787

Program Studi : Strategic Communication

Laporan Magang dengan judul:

AKTIVITAS BRAND EXECUTIVE DI PT FOODS BEVERAGES INDONESIA

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan magang maupun dalam penulisan laporan magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Laporan Magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 2 Januari 2024



(Jason Kristanto)

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan Magang dengan judul
**AKTIVITAS BRAND EXECUTIVE DI PT FOODS BEVERAGES
INDONESIA**

Oleh
Nama : Jason Kristanto
NIM : 00000045787
Program Studi : Strategic Communication
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diujikan pada hari Kamis, 11 Januari 2024
Sidang Ujian Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 2 Januari 2024

Pembimbing



**Novaldy
Prawhesmara**
2024.01.04
12:28:19 +07'00'

Novaldy Prawhesmara, S.Kom., M.I.Kom.
NIDN 0307117806

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi



**Cendera Rizky
Anugrah Bangun**
2024.01.04
13:09:40 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**AKTIVITAS BRAND EXECUTIVE DI PT FOODS BEVERAGES
INDONESIA**

Oleh
Nama : Jason Kristanto
NIM : 00000045787
Program Studi : Strategic Communication
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 11 Januari 2024
Pukul 14.00 s.d 15.00 WIB dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Novaldy Prawhesmara, S.Kom., M.I.Kom.
NIDN 0307117806

Helga Liliani Cakra Dewi, S.I.Kom., M.Comm.
NIDN 0317089201

Pembimbing

Novaldy Prawhesmara, S.Kom., M.I.Kom.
NIDN 0307117806

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jason Kristanto
NIM : 00000045787
Program Studi : Strategic Communication
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya Ilmiah : Laporan Magang

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

AKTIVITAS BRAND EXECUTIVE DI PT FOODS BEVERAGES INDONESIA

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan laporan magang saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 2 Januari 2024

Yang menyatakan,



(Jason Kristanto)

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul:

“AKTIVITAS BRAND EXECUTIVE DI PT FOODS BEVERAGES INDONESIA” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan magang ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

Mengucapkan terima kasih

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Helga Liliani Cakra Dewi, S.I.Kom., M.Comm. selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
5. Bapak Novaldy Prawhesmara, S.Kom., M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan banyak kritik dan masukan yang membuat saya dapat menyelesaikan laporan magang ini dengan lancar dan tepat waktu.
6. Ibu Irene Melia Puspita selaku Pembimbing Lapangan (*supervisor*) sekaligus *Brand Manager* PT Foods Beverages Indonesia yang selalu memberikan saya kesempatan untuk bertumbuh dan berkembang, serta membimbing saya di setiap tugas yang diberikan hingga arahan serta pemberian motivasi untuk menyelesaikan laporan magang ini.

7. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga laporan magang ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi kedepannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 2 Januari 2024



(Jason Kristanto)

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

AKTIVITAS BRAND EXECUTIVE DI PT FOODS BEVERAGES INDONESIA

Jason Kristanto

ABSTRAK

Hadirnya Industri Makanan dan Minuman di Indonesia setiap tahunnya terus bertumbuh. Hal ini menjadi daya tarik serta minat dari Kawan Lama Group untuk membuat salah satu perusahaan yang bergerak di dalam Industri Makanan dan Minuman yang bernama PT Foods Beverages Indonesia. Kehadiran perusahaan tersebut tentu diikuti dengan tren minat masyarakat Indonesia. Untuk itu, PT Foods Beverages Indonesia terus melakukan inovasi untuk menciptakan produk-produk makanan dan minuman yang digemari oleh masyarakat. Hingga saat ini, PT Foods Beverages Indonesia telah memiliki beberapa *brand* makanan dan minuman yakni Chatime, Chatime Atealier, Cupbop, Gindaco, dan Go! Go! Curry dengan total gerai lebih dari 500 *outlet* yang tersebar di kota-kota besar Indonesia. Penulis memiliki kesempatan untuk melakukan praktik kerja magang sebagai Brand Executive di PT. Foods Beverages Indonesia. Tugas utama dari Brand Executive yakni untuk meningkatkan *awareness* dari semua *brand* milik PT Foods Beverages Indonesia, salah satunya yakni dengan menerapkan program event Chatime Goes to School, Memasang beberapa materi *collaterals* di seluruh gerai milik PT Foods Beverages Indonesia hingga melakukan produksi dan distribusi voucher serta kupon kepada pelanggan. Selama kegiatan praktiknya, Penulis telah menerapkan pemahaman tentang *event* dan *brand campaign* sehingga mampu beradaptasi dengan tugas yang diberikan karena adanya relevansi antara pemahaman materi di kampus dengan tugas yang dikerjakan di perusahaan. Konsep yang digunakan Penulis selama kegiatan praktik magang yakni konsep *Special Event and Brand Activation*, *Intergrated Brand Campaign*, *Sales Promotion*, serta konsep dari *brand* secara menyeluruh. Dengan adanya pemahaman dan penggunaan konsep tersebut, Penulis telah berhasil menyelenggarakan berbagai *offline event* Chatime Goes to School, serta mampu menciptakan materi *collaterals* di seluruh gerai, yang turut meningkatkan *brand awareness* serta target perusahaan menjadi tercapai.

Kata kunci: *Brand Awareness, Offline Event, Materi Collaterals, Sales Promotion, Brand Executive, dan Intergrated Brand Campaign.*

M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

BRAND EXECUTIVE ACTIVITIES AT PT FOODS BEVERAGES INDONESIA

Jason Kristanto

ABSTRACT

The presence of the Food and Beverage Industry in Indonesia continues to grow every year. This became the attraction and interest of the Kawan Lama Group to create a company operating in the Food and Beverage Industry called PT Foods Beverages Indonesia. The presence of this company is certainly followed by trends in the interest of the Indonesian people. For this reason, PT Foods Beverages Indonesia continues to innovate to create food and beverage products that are popular with the public. Until now, PT Foods Beverages Indonesia has several food and beverage brands, namely Chatime, Chatime Atealier, Cupbop, Gindaco, and Go! Go! Curry with a total of more than 500 outlets spread across major cities in Indonesia. The author had the opportunity to do internship as a Brand Executive at PT. Foods Beverages Indonesia. The main task of the Brand Executive is to increase awareness of all brands owned by PT Foods Beverages Indonesia, one of which is by implementing the Chatime Goes to School event program, installing several collateral materials in all outlets owned by PT Foods Beverages Indonesia and producing and distributing vouchers and coupons to customers. During the practical activities, the author has applied an understanding of events and brand campaigns so the author is able to adapt to the tasks given because of the relevance between understanding the material on campus and the tasks carried out at the company. The concepts used by the author during internship practical activities are the concept of Special Event and Brand Activation, Integrated Brand Campaign, Sales Promotion, as well as the concept of the brand as a whole. By understanding and using this concept, the author has succeeded in holding various offline Chatime Goes to School events, and was able to create collateral material in all outlets, which helped increase brand awareness and achieve the company's targets.

Keywords: *Brand Awareness, Offline Event, Materi Collaterals, Sales Promotion, Brand Executive, and Intergrated Brand Campaign.*

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang	3
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	4
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	4
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	4
BAB II GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI	6
2.1 Tentang PT Foods Beverages Indonesia	6
2.2 Visi Misi PT Foods Beverages Indonesia	7
2.3 Struktur Organisasi PT Foods Beverages Indonesia	8
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	12
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang	12
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang	12
3.2.1 Tugas Utama Kerja Magang	12
3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang	15
3.2.3 Kendala Utama	29
3.2.4 Solusi	29

BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	30
4.1 Simpulan	30
4.2 Saran	30
4.2.1 Saran untuk Perusahaan	30
4.2.2 Saran untuk Universitas	30
4.2.3 Saran untuk Mahasiswa	31
DAFTAR PUSTAKA	32
LAMPIRAN	34



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Value PT Foods Beverages Indonesia	7
Tabel 3.1 Timeline Kegiatan Magang	15
Tabel 3.2 Perbedaan In-used dengan Entertain	26
Tabel 3.3 PT Foods Beverages Indonesia Activity Program	27



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pertumbuhan Sektor Industri Makanan dan Minuman di Indonesia Periode 2011 hingga 2023	1
Gambar 2.1 Logo PT Foods Beverages Indonesia	6
Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Foods Beverages Indonesia - Tim Brand	8
Gambar 3.1 Diagram Alur Kerja Program Chatime Goes to School	16
Gambar 3.2 Dokumentasi Pelaksanaan Program Chatime Goes to Scjool	18
Gambar 3.3 Alur Proses Request Materi POS	19
Gambar 3.4 Contoh POS di Mesin Kasir	19
Gambar 3.5 Alur Proses Request KL Blast	20
Gambar 3.6 Contoh Final Output KL Blast	20
Gambar 3.7 Compilation Materi POP	21
Gambar 3.8 Diagram Alur Proses Request Voucher	22
Gambar 3.9 Contoh Voucher	22
Gambar 3.10 Contoh Form Reimbursement	23
Gambar 3.11 Contoh Request In-Used di Asana	24
Gambar 3.12 Tampilan Asana	26
Gambar 3.13 Contoh Template Request Penayangan Materi di Mall	28

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Surat Keterangan Penerimaan Magang	34
Lampiran B. Surat Keterangan Penggunaan Identitas Perusahaan	35
Lampiran C. KM-01	36
Lampiran D. KM-02	37
Lampiran E. KM-03	38
Lampiran F. KM-04	39
Lampiran G. Form Konsultasi Bimbingan	40
Lampiran H. Turnitin	41
Lampiran I. Dokumentasi Pelaksanaan Kerja Magang	43

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA