

**PERAN *BRAND EXECUTIVE INTERN* DI PT FOODS
BEVERAGES INDONESIA**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

**JOVELIN
0000053850**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024

**PERAN *BRAND EXECUTIVE INTERN* DI PT FOODS
BEVERAGES INDONESIA**



LAPORAN MAGANG

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

JOVELIN

00000053850

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Jovelin
Nomor Induk Mahasiswa : 00000053850
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

PERAN *BRAND EXECUTIVE INTERN* 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 skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 26 Juni 2024



HALAMAN PENGESAHAN

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

Oleh

Nama : Jovelin
NIM : 00000053850
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 20 Juni 2024
Pukul 14.00 s.d 15.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Hanif Suranto, S.Sos., M.Si
NIDN 0306027102

Selvi Amalia, S.Pi., M.Si.
NIDN 0325108004

Pembimbing

Hanif Suranto, S.Sos., M.Si
NIDN 0306027102

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 : Jovelin
NIM : 00000053850
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya Ilmiah : Laporan Magang

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

PERAN *BRAND EXECUTIVE INTERN* 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 tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 26 Juni 2024
Yang menyatakan,



Jovelin

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:

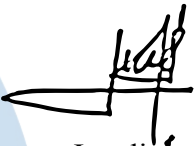
“PERAN *BRAND EXECUTIVE INTERN* DI PT FOODS BEVERAGES INDONESIA”

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:

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. Cendera Rizky Anugrah Bangun M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Hanif Suranto, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan motivasi selama melakukan pengerjaan laporan.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral dalam pengerjaan laporan magang ini
6. Teman – teman kuliah saya yang telah berjuang bersama, Chelsea, Christabel, Hana, Laura, dan Nareesha
7. Supervisor saya yaitu Ibu Irene dan seluruh tim Brand yang telah memberikan semangat dan mendukung saya dalam melakukan kegiatan magang dan pengerjaan laporan.

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

Tangerang, 26 Juni 2024



Jovelin



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERAN *BRAND EXECUTIVE INTERN* DI PT FOODS BEVERAGES INDONESIA

Jovelin

ABSTRAK

Bisnis kuliner merupakan bidang bisnis waralaba yang paling mendominasi di Indonesia. PT Foods Beverages Indonesia merupakan salah satu perusahaan yang juga berada di bisnis waralaba kuliner. Banyaknya bisnis waralaba kuliner di Indonesia membuat PT Foods Beverages Indonesia harus terus mengeluarkan produk makanan dan minuman serta kegiatan menyenangkan yang diminati oleh masyarakat. Saat ini PT Foods Beverages telah memiliki 5 bisnis waralaba di bidang kuliner yang mencakup 3 *brand* makanan dan 2 *brand* minuman. Go! Go! Curry, Gindaco, Cupbop, Chatime, dan Chatime Atealier merupakan *brand* makanan dan minuman dari PT Foods Beverages Indonesia yang saat ini memiliki total lebih dari 500 *outlet* di Indonesia. Penulis berkesempatan untuk melakukan praktik magang di PT Foods Beverages Indonesia sebagai *Brand Executive Intern*. Tugas utama penulis yaitu untuk menjalankan kegiatan Chatime Goes to School untuk meningkatkan *brand awareness*, memasang materi promosi, serta mengurus keperluan administrasi marketing di PT Foods Beverages Indonesia. Selama praktiknya, penulis menerapkan pemahaman yang didapat dari konsep *marketing communications*. Dengan adanya pemahaman tersebut, penulis dapat menjalankan kegiatan *Chatime Goes to School* yang juga berhubungan dengan mata kuliah *Communication for Sustainable Development* serta mampu menyiapkan materi promosi yang sesuai dengan target market.

Kata kunci: *Brand Awareness, Communication for Sustainable, Brand Executive.*

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

THE ROLE OF *BRAND EXECUTIVE INTERN* AT PT FOODS BEVERAGES INDONESIA

Jovelin

ABTRACT

Culinary business has been the most dominant franchising sector in Indonesia. PT Foods Beverages Indonesia is one of the companies operating in the culinary franchising industry. The proliferation of culinary franchising businesses in Indonesia requires PT Foods Beverages Indonesia to consistently introduce food and beverage products along with engaging activities tailored to the preferences of the populace. PT Foods Beverages has established 5 culinary franchise businesses consist of 3 food brands and 2 beverage brands. Go! Go! Curry, Gindaco, Cupbop, Chatime, and Chatime Atealier are the food and beverage brands under PT Foods Beverages Indonesia, collectively boasting over 500 outlets across Indonesia. The author's main task is to carry out Chatime Goes to School activities to increase brand awareness, install promotional materials, and take care of marketing administration needs at PT Foods Beverages Indonesia. During practice, the author applies the understanding gained from marketing communication concepts. With this understanding, the author can carry out Chatime Goes to School activities which are also related to the Communication for Sustainable Development course and is able to prepare promotional materials that suit the target market.

Kata kunci: *Brand Awareness, Communication for Sustainable, Brand Executive.*

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

| | |
|--|-----|
| PERAN <i>BRAND EXECUTIVE INTERN</i> DI PT FOODS BEVERAGES INDONESIA | i |
| HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT | i |
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| ABSTRAK | vi |
| <i>ABTRACT</i> | vii |
| BAB 1 PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1. Latar Belakang | 1 |
| 1.2. Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang | 4 |
| 1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang | 4 |
| 1.3.1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang | 4 |
| 1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang | 5 |
| BAB 2 | 7 |
| GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN ORGANISASI | 7 |
| 2.1. Mengenai PT Foods Beverages Indonesia | 7 |
| 2.2. Visi Misi PT Foods Beverages Indonesia | 9 |
| 2.3 Struktur Organisasi Department Marketing di PT Foods Beverages Indonesia | 10 |
| BAB III | 14 |
| PELAKSANAAN KERJA MAGANG | 14 |
| 3.1 Kedudukan dan Koordinasi | 14 |
| 3.2. Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang | 15 |
| 3.2.1 Tugas Utama Kerja Magang | 15 |
| 3.2.2. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang | 17 |
| 3.2.3. Kendala Utama | 34 |
| 3.2.4. Solusi | 35 |
| BAB IV | 36 |
| SIMPULAN DAN SARAN | 36 |
| 4.1 Simpuln | 36 |
| 4.2 Saran | 36 |
| 4.2.1 Saran untuk Perusahaan | 36 |
| 4.2.2. Saran untuk Universitas | 36 |
| 4.2.3. Saran untuk Mahasiswa | 37 |

Daftar Tabel

| | |
|--|----|
| Tabel 2. 1 Value PT Foods Beverages Indonesia | 10 |
| Tabel 3. 1 Tugas Utama Magang Brand Executive Intern..... | 16 |
| Tabel 3. 2 Timeline Kegiatan Magang Penulis..... | 17 |
| Tabel 3. 3 List Sekolah Kegiatan Chatime Goes to School..... | 18 |
| Tabel 3. 4 Perbedaan In-Used dan Entertain..... | 27 |



Daftar Gambar

| | |
|--|----|
| Gambar 2. 1 Logo Perusahaan PT Foods Beverages Indonesia | 7 |
| Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Department Marketing PT Foods Beverages Indonesia | 11 |
| Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Divisi Brand PT Foods Beverages Indonesia .. | 11 |
| Gambar 3. 1 Dokumentasi Kegiatan Chatime Goes to School..... | 19 |
| Gambar 3. 2 Proses Social Behavioral Change Behavior | 20 |
| Gambar 3. 3 Contoh Brief Kebutuhan In-Used | 24 |
| Gambar 3. 4 Contoh Email Kebutuhan Brief..... | 25 |
| Gambar 3. 5 Contoh Brief Email KOL Seeding | 26 |
| Gambar 3. 6 Diagram alur Request materi POS | 28 |
| Gambar 3. 7 Contoh Hasil Pemasangan POP di Store..... | 29 |
| Gambar 3. 8 Diagram Alur Pendaftaran KL Blast | 30 |
| Gambar 3. 9 Contoh Hasil Pendaftaran KL Blast | 30 |
| Gambar 3. 10 Contoh Email Request Penayangan Materi TV HO | 31 |
| Gambar 3. 11 Contoh Hasil Penayangan TV HO | 31 |
| Gambar 3. 12 Contoh Voucher Go! Go! Curry..... | 32 |
| Gambar 3. 13 Alur Pendaftaran Button Kasir | 33 |
| Gambar 3. 14 Contoh Pendaftaran Form Aplikasi Pengiriman Online | 34 |

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA