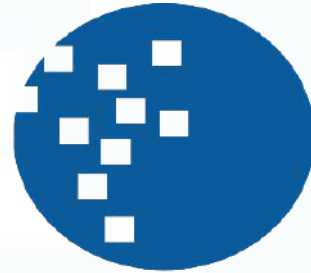


**AKTIVITAS MARKETING INTERN DI PT PRIMA
INDONESIA INDAH (RETAIL ORANG TUA GROUP)**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG (MBKM)

Sheryl Angelica

0000055339

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

**AKTIVITAS MARKETING INTERN DI PT PRIMA
INDONESIA INDAH (RETAIL ORANG TUA GROUP)**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG (MBKM)

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

Sheryl Angelica

00000055339

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

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Sheryl Angelica

Nomor Induk Mahasiswa : 00000055339

Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

AKTIVITAS MARKETING INTERN DI PT PRIMA INDONESIA INDAH (RETAIL ORANG TUA GROUP)

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 maupun dalam penulisan laporan MBKM, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan MBKM yang telah saya tempuh.

Tangerang, 7 Juni 2024

The image shows a handwritten signature in black ink on the left and a square QR code on the right. The QR code is pink and white and contains the text 'WETERAN KEARIFAN 10000'.

(Sheryl Angelica)

PERSETUJUAN LAPORAN KERJA MAGANG

AKTIVITAS MARKETING INTERN DI PT PRIMA INDONESIA INDAH
(RETAIL ORANG TUA GROUP)

Oleh

Nama : Sheryl Angelica
NIM : 00000055339
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Tangerang, 28 Mei 2024

Pembimbing



Dr. Arsa Widitiarsa Utoyo
2024.05.29 08:07:09
+07'00'

Dr. Arsa Widitiarsa Utoyo, S.T., M.Sn.
NIDN 0313068201

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky
Anugrah Bangun
2024.05.29
16:51:50 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul

AKTIVITAS MARKETING INTERN DI PT PRIMA INDONESIA INDAH (RETAIL ORANG TUA GROUP)

Oleh

Nama : Sheryl Angelica
NIM : 00000055339
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Jumat, 7 Juni 2024

Pukul 10.00 s/d 11.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing

Dr. Arsa
Widitiarsa Utoyo
2024.06.10
10:11:12 +07'00'


Dr. Arsa widitiarsa Utoyo, S.T., M.Sn.

NIDN 0313068201


Penguji

Digitally signed by
Mujiono Sandim
Date: 2024.06.10
09:02:46 +07'00'


Mujiono Sandim, S.I.Kom., M.I.Kom.

NIDN 0315108802

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Cendera Rizky
Anugrah Bangun
2024.06.12
09:46:20 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.

NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Sheryl Angelica
NIM : 00000055339
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Laporan Magang Track 1

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:

AKTIVITAS MARKETING INTERN DI PT PRIMA INDONESIA INDAH (RETAIL ORANG TUA GROUP)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalih media / format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 28 Mei 2024

Yang menyatakan,



(Sheryl Angelica)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul: **“AKTIVITAS MARKETING INTERN DI PT PRIMA INDONESIA INDAH (RETAIL ORANG TUA GROUP)”** dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Komunikasi Strategis Pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A.s. 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. Bapak Dr. Arsa Widitiarsa Utoyo, S.T, M. Sn. sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Kak Yoel Yustinus Hova sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Seluruh rekan tim Keizha & SOLEHA yang telah berperan sebagai motivator, pendamping, serta mendukung mahasiswa dalam menyelesaikan tugas magang di PT Prima Indonesia Indah (Retail Orang Tua Group).

7. Keluarga yang senantiasa mendampingi perancang karya dengan memberikan bantuan doa dan dukungan, baik secara moral maupun material, sehingga memungkinkan penulis karya untuk menyelesaikan proses kerja magang dan laporan magang ini dengan baik.
8. Yucan Tantowi yang sudah mendampingi, memberikan dorongan dengan menyemangati, dukungan secara emosional, dan mendengarkan keluhan kesah selama menjalani proses magang serta perancangan laporan magang.

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

Tangerang, 28 Mei 2024



(Sheryl Angelica)

**AKTIVITAS MARKETING INTERN DI PT PRIMA INDONESIA
INDAH (RETAIL ORANG TUA GROUP)**

Sheryl Angelica

ABSTRAK

Di tengah persaingan yang semakin ketat dalam industri *fashion retail*, strategi pemasaran dan komunitas loyal yang inovatif menjadi kunci untuk menarik perhatian konsumen. Maka dari itu, membangun merek memerlukan berbagai aktivitas pemasaran untuk memperkuat karakteristik unik merek dan memastikan posisinya tetap teratas di pasar kompetitif. Pada proses magang ini, penulis memilih posisi sebagai *Marketing* yang mencakup 3 tugas utama: *Social Media / Direct Marketing, Community Brand Maintain*, dan *Event Management*. Dengan tujuan mengasah pemahaman terkait pemasaran media sosial, mengelola komunitas merek, dan manajemen acara serta menemukan solusi dari tantangan dalam lingkungan kerja profesional. Penulis berkesempatan memperoleh keterampilan praktis dalam perencanaan kegiatan pemasaran, penerapan keefektifan *copywriting*, pengimplementasian *brand community*, serta perancangan dan pengeksekusian acara perusahaan di PT Prima Indonesia Indah (Retail Orang Tua Group) untuk merek Keizha & SOLEHA. Namun, terjadi komunikasi terhambat, instruksi kurang jelas, dan tantangan adaptasi dalam lingkungan kerja dinamis yang dialami penulis sehingga memerlukan manajemen waktu dan kolaborasi efektif dari pekerja magang dengan perusahaan atau tim untuk mencapai tujuan bersama. Di samping itu, reputasi luar biasa dari perusahaan tersebut membuat penulis yakin dalam pemilihan tempat magangnya yang akan memberikan kontribusi signifikan bagi perkembangan karir dan pengalaman ini akan menjadi langkah berharga dalam mencapai tujuan profesional.

Kata kunci: Merek, Strategi Pemasaran, Media Sosial, Komunitas Merek, Manajemen Acara

**MARKETING INTERN ACTIVITIES AT PT PRIMA INDONESIA
INDAH (RETAIL ORANG TUA GROUP)**

Sheryl Angelica

ABSTRACT

Amidst escalating competition in the fashion retail industry, innovative marketing strategies and loyal communities are pivotal in capturing consumer attention. Consequently, brand building necessitates various marketing activities to fortify unique brand characteristics and ensure its prominence in the competitive market. In this internship, the author assumes a Marketing position encompassing three primary tasks: Social Media/Direct Marketing, Community Brand Maintenance, and Event Management. With the aim of honing understanding of social media marketing, managing brand communities, event management, and finding solutions to challenges in the professional work environment, the author has the opportunity to acquire practical skills in marketing activity planning, effective copywriting implementation, brand community implementation, as well as designing and executing corporate events at PT Prima Indonesia Indah (Retail Orang Tua Group) for the Keizha & SOLEHA brand. However, communication barriers, unclear instructions, and adaptation challenges in the dynamic work environment necessitate effective time management and collaboration from interns with the company or team to achieve common goals. Additionally, the exceptional reputation of the company instills confidence in the author's internship selection, believing it will significantly contribute to career development, making this experience a valuable step towards professional goals.

Keywords: Brand, Marketing Strategy, Social Media, Brand Community, Event Management

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	i
PERSETUJUAN LAPORAN KERJA MAGANG	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang	5
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	6
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	6
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	7
BAB II	
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	10
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan Orang Tua Group	10
2.2.1 Visi	12
2.2.2 Misi	12
2.3 Nilai Perusahaan (<i>Core Values</i>) Perusahaan Orang Tua Group	13
2.4 Struktur Organisasi Perusahaan Orang Tua Group	15
2.5 Deskripsi Pekerjaan	15
BAB III	
PELAKSANAAN KERJA MAGANG	20
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	20
3.2 Tugas, Uraian dan Teori/Konsep Kerja Magang	21
3.2.1. Tugas Kerja Magang	21
3.2.2. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang	23
3.2.2.1 <i>Social Media / Digital Marketing</i>	23
3.2.2.2 <i>Community Brand Maintain</i>	50
3.2.2.3 <i>Event Management</i>	62

3.2.2.4 Admin / Coordinator Giveaway & Creative Photoshoot Director	92
3.3 Kendala yang ditemukan	96
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	97
BAB IV	
SIMPULAN DAN SARAN	100
4.1 Simpulan	100
4.2 Saran	102
DAFTAR PUSTAKA	105
LAMPIRAN	107



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Linimasa Kegiatan Mahasiswa Selama Proses Magang

27



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Perusahaan Orang Tua Group	16
Gambar 2.2 Logo Keizha & SOLEHA	17
Gambar 2.3 Logo K&S	17
Gambar 2.4 Bagan Struktur Organisasi	21
Gambar 3.1 <i>Editorial Plan Content</i> Keizha & SOLEHA	31
Gambar 3.2 Profil Instagram @keizhasoleha	32
Gambar 3.3 Profil TikTok @keizhasoleha.official	32
Gambar 3.4 Hasil Konten Promo Zha-Ha <i>Super Sale</i>	34
Gambar 3.5 Hasil Konten Promo <i>Live E-Commerce</i>	35
Gambar 3.6 Hasil Konten Promo <i>Live E-Commerce</i>	36
Gambar 3.7 Hasil Konten <i>Giveaway</i> 30 Hari Berkah Ramadan	36
Gambar 3.8 Hasil Konten <i>Giveaway</i> Kiranti	37
Gambar 3.9 Hasil Konten <i>New Product Launch Meera Series</i>	38
Gambar 3.10 Hasil Konten <i>New Product Launch Exclusive</i>	38
Gambar 3.11 Hasil Konten <i>New Product Launch Arabella & Lilian Series</i>	39
Gambar 3.12 Hasil Konten <i>Event Exclusive Launch</i>	40
Gambar 3.13 Unggahan Ulang Konten	41
Gambar 3.14 Hasil Konten <i>Event Zha-Hati Community Batch 1 Graduation & Awards</i>	41
Gambar 3.15 Hasil Konten <i>Instagram Story Event Zha-Hati Community Batch 1 Graduation & Awards</i>	42
Gambar 3.16 Hasil Konten <i>Collaborative</i> Zha-Hati	43
Gambar 3.17 Hasil Konten <i>Collaborative Brand Ambassador</i>	44
Gambar 3.18 Hasil Konten <i>Collaborative</i> dengan MOR Mart, Barasap dan Scandia	44
Gambar 3.19 Hasil Konten <i>Entertainment</i> Keizha & SOLEHA	46
Gambar 3.20 Hasil Konten Edukatif Keizha & SOLEHA	47
Gambar 3.21 Hasil Konten Edukatif <i>Instagram Story</i>	48
Gambar 3.22 Hasil Konten <i>Survey</i> Peminatan Audiens Terhadap Produk Model Baru Keizha & SOLEHA	50
Gambar 3.23 Hasil <i>Survey</i> Keizha & SOLEHA	51
Gambar 3.24 Hasil Konten <i>Survey</i> Brand Keizha & SOLEHA	52
Gambar 3.25 Form <i>Survey</i> Pentingnya Komunitas	52
Gambar 3.26 Form <i>Survey</i> Keizha & SOLEHA	52
Gambar 3.27 Hasil Konten <i>Question & Answer</i> pada <i>Giveaway</i> Berkah Ramadan	53
Gambar 3.28 Hasil Konten Interaktif <i>Story</i> Keizha & SOLEHA	54
Gambar 3.29 Hasil Konten <i>Teaser Exclusive Collaboration Kiranti x Keizha & SOLEHA</i>	55
Gambar 3.30 <i>Report Analisis</i> Konten Keizha & SOLEHA Menurut Sprinkl	57
Gambar 3.31 <i>Report Engagement Rate</i> Konten Keizha & SOLEHA	58
Gambar 3.32 Logo Zha-Hati Community	64

Gambar 3.33 Member Zha-Hati <i>Community</i>	64
Gambar 3.34 Whatsapp <i>Group</i> Zha-Hati <i>Community</i>	66
Gambar 3.35 Bukti Dorongan Partisipasi untuk Zha-Hati <i>Community</i>	67
Gambar 3.36 List Produk untuk Zha-Hati <i>Community</i>	68
Gambar 3.37 Bukti Pengiriman Produk untuk Zha-Hati <i>Community</i>	68
Gambar 3.38 Daftar Konten Zha-Hati <i>Community</i>	69
Gambar 3.39 Pengumuman Pemenang <i>Challenge</i>	71
Gambar 3.40 Poster Webinar <i>Mix & Match Magic: The Ultimate Style Guide</i>	73
Gambar 3.41 <i>Entry & Exit Ticket</i> Webinar <i>Mix & Match Magic: The Ultimate Style Guide</i>	74
Gambar 3.42 <i>Key Visual Event Exclusive Launch Collaboration</i> Kiranti x Keizha & SOLEHA	79
Gambar 3.43 <i>Key Visual Event</i> Zha-Hati <i>Community Batch 1 Graduation & Awards</i>	81
Gambar 3.44 <i>Key Visual Event Grand Opening</i> K&S	83
Gambar 3.45 <i>Key Visual Event Grand Opening</i> K&S Space	84
Gambar 3.46 Form Pendaftaran <i>Event Exclusive Launch Collaboration</i> Kiranti x Keizha & SOLEHA	86
Gambar 3.47 List Pertanyaan & Jawaban untuk Narasumber dan Audiens	87
Gambar 3.48 Brief Tentang Brand untuk MC	87
Gambar 3.49 Rundown Event <i>Exclusive Launch Collaboration</i> Kiranti x Keizha & SOLEHA	88
Gambar 3.50 Poster Promosi Exclusive Launch: Kiranti x Keizha & SOLEHA	89
Gambar 3.51 Form Konfirmasi Kehadiran Event Zha-Hati <i>Community Batch 1 Graduation & Awards</i>	90
Gambar 3.52 Rundown Event Zha-Hati <i>Community Batch 1 Graduation & Awards</i>	91
Gambar 3.53 Kupon Nomor Undian <i>Doorprize</i>	92
Gambar 3.54 <i>Voucher</i> Promosi	93
Gambar 3.55 <i>Survey</i> Toko K&S	94
Gambar 3.56 Gladi Resik <i>Event Exclusive Launch Collaboration</i> Kiranti x Keizha & SOLEHA	96
Gambar 3.57 Mempersiapkan <i>Outfit Fashion Show</i>	96
Gambar 3.58 Sesi <i>Fashion Show & Talkshow</i>	97
Gambar 3.59 Dokumentasi Bersama Tim Kiranti	98
Gambar 3.60 Dokumentasi Saat Menjaga Meja Registrasi	99
Gambar 3.61 Dokumentasi Bersama Tim Keizha & SOLEHA	99
Gambar 3.62 Sesi <i>Fashion Show</i>	100
Gambar 3.63 Sesi Pengumuman Pemenang <i>Awards & Doorprize</i>	100
Gambar 3.64 Foto Penataan Baju di Toko K&S	101
Gambar 3.65 Foto Bersama Tim & Situasi <i>Grand Opening</i> Toko K&S	102
Gambar 3.66 Penataan Produk Keizha & SOLEHA di Toko K&S Space	102
Gambar 3.67 Sesi Simbolisasi (Sobek Kain) & Potong Pita	103

Gambar 3.68 <i>Rundown Grand Opening K&S Space</i>	103
Gambar 3.69 Rekap Data Pemenang <i>Giveaway</i> 30 Hari Berkah Ramadan	109
Gambar 3.70 Rekap Data Pemenang <i>Giveaway</i> Kiranti x Keizha & SOLEHA	110
Gambar 3.71 Pengumuman Pemenang <i>Giveaway</i> Saat Live Instagram &	111
Gambar 3.72 <i>Brief Photoshoot</i> Produk Keizha & SOLEHA	112



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Pengantar MBKM (MBKM 01)	125
Lampiran B Kartu MBKM (MBKM 02)	127
Lampiran C Form MBKM (MBKM 02)	129
Lampiran D Daily Task Kewirausahaan (MBKM 03)	131
Lampiran E Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04)	134
Lampiran F Surat Penerimaan MBKM (LoA)	136
Lampiran G Form Bimbingan Magang	137
Lampiran H Hasil Turnitin	139
Lampiran I <i>Curriculum Vitae</i> (CV)	139

