

**AKTIVITAS EVENT MARKETING PADA
PT ERAFONE ARTHA RETAILINDO**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

RACHEL CRISTABEL TRIFENA THAM

0000059631

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

**AKTIVITAS EVENT MARKETING PADA
PT ERAFONE ARTHA RETAILINDO**



LAPORAN MAGANG

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

RACHEL CRISTABEL TRIFENA THAM

00000059631

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Rachel Cristabel Trifena Tham

Nomor Induk Mahasiswa : 00000059631

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

AKTIVITAS EVENT MARKETING PADA PT ERAFONE ARTHA RETAILINDO

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 kerja magang maupun dalam penulisan laporan magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Kerja Magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 10 Juni 2024



(Rachel Cristabel Trifena Tham)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul

AKTIVITAS EVENT MARKETING PADA PT ERAFONE ARTHA RETAILINDO

Oleh

Nama : Rachel Cristabel Trifena Tham

NIM : 00000059631

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Jumat, 21 Juni 2024

Pukul 15.00 s/d 16.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji


Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si.

NIDN 0320077401

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

NIDN 0315108802

Pembimbing


Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si.

NIDN 0320077401

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 : Rachel Cristabel Trifena Tham

NIM : 00000059631

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 Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

AKTIVITAS EVENT MARKETING PADA PT ERAFONE ARTHA RETAILINDO

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, 10 Juni 2024

Yang menyatakan,



(Rachel Cristabel Trifena Tham)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan Magang ini dengan judul: “Aktivitas *Event Marketing* pada PT Erafone Artha Retailindo” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Strata 1 Jurusan Komunikasi Strategis Pada 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 pemegang untuk menyelesaikan Laporan Magang ini. Oleh karena itu, pemegang mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si. sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya Laporan Magang ini.
5. Bapak Cahyo Adhyanto, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan kesempatan bagi pemegang untuk melakukan kerja magang di PT Erafone Artha Retailindo serta memberi bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya Laporan Magang
6. Mentor Christian Joey, Alexander Mario, dan Denny Chen yang telah memberi arahan bagi pemegang dalam melakukan kerja magang di PT Erafone Artha Retailindo
7. Keluarga pemegang yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga pemegang dapat menyelesaikan Laporan Magang ini..
8. Michael Richie Ray Ricardo cayang, yang telah menjadi *partner* penyemangat, pendengar keluh kesah pemegang dalam pembuatan laporan, pemberi motivasi, pengingat, dan menemani pemegang sehingga

laporan magang ini dapat terselesaikan. Terima kasih telah berkontribusi dalam memberikan pikiran, tenaga, waktu, bantuan, dan senantiasa sabar menghadapi pemegang, terima kasih telah menjadi bagian dari penulisan perjalanan laporan magang ini.

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

Tangerang, 10 Juni 2024



Rachel Cristabel Trifena Tham

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

AKTIVITAS EVENT MARKETING PADA PT ERAFONE ARTHA RETAILINDO

Rachel Cristabel Trifena Tham

ABSTRAK

Perusahaan memerlukan peran *branding and campaign* dalam mendukung aktivitas *awareness* dan keterlibatan *audiens* terhadap produk yang dimiliki sebagai penunjang keberhasilan agar dapat dikenal masyarakat, seperti yang dilakukan oleh lini bisnis milik Erajaya Group, yaitu Erafone yang terus menunjukkan pertumbuhan bisnis ritel. Tujuan kerja magang ini adalah untuk mengimplementasikan *job description* divisi Marketing Erafone dengan pemanfaatan *soft skill* dan *hard skill* yang berhubungan langsung dengan *Event Marketing* sekaligus menerapkan sikap profesionalisme dalam pekerjaan. Erafone adalah perusahaan *multibrand* yang menaungi sekaligus menjual produk *gadget* dari berbagai *merek*. Posisi magang yang dipilih pemegang adalah *Event Marketing* yang berada dalam departemen Komersial. Aktivitas *Event Marketing* di perusahaan Erafone bertanggungjawab dalam aktivitas digital, konten yang diunggah di media sosial, dan analisis *marketing* untuk mendukung *campaign* yang dilakukan oleh toko Erafone. Konsep yang digunakan dalam laporan ini adalah konsep *Copywriting* menurut Edwards (2019), konsep *content creator* menurut Santosa (2023), konsep *Digital Campaign* dengan metode *RACE Framework* milik Chaffey (2022), konsep *offline marketing strategy* milik Genadinik (2015), serta konsep *Content Creator* menurut Bucci (2023). Kendala utama selama proses kerja magang adalah terkadang sedikit meraih *engagement* pada *campaign* Erafone, Masterclass by Erafone. Divisi *Marketing* Erafone berperan sebagai pondasi perusahaan dalam menunjang keberhasilan dengan strategi pemasaran yang dilakukan, salah satunya aktivasi grup komunitas Masterclass by Erafone dengan pembuatan konten di Telegram yang mengembangkan *soft skill* dan *hard skill* yaitu berpikir kritis, kemampuan riset referensi ide, mengelola media sosial Erafone, dan pemanfaatan sistem SAP dalam mendukung aktivitas kampanye Erafone.

Kata kunci: *Event Marketing, Event, Marketing, Ritel, Erafone*

EVENT MARKETING ACTIVITIES AT PT ERAFONE ARTHA RETAILINDO

Rachel Cristabel Trifena Tham

ABSTRACT

The company needs the role of *branding and campaign* in supporting *awareness* activities and *audience* involvement in its products as a support for success so that it can be known by the public, as done by Erajaya Group's business line, namely Erafone, which continues to show retail business growth. The purpose of this internship is to implement the *job description* of Erafone's Marketing division with the use of *soft skills* and *hard skills* that are directly related to *Event Marketing* while applying professionalism in work. Erafone is a *multibrand* company that houses and sells gadget products from various *brands*. The internship position chosen by the intern is *Event Marketing* which is in the Commercial department. *Event Marketing* activities at the Erafone company are responsible for digital activities, content uploaded on social media, and *marketing analysis* to support campaigns carried out by Erafone stores. The concepts used in this report are the concept of *Copywriting* according to Edwards (2019), the concept of *content creator* according to Santosa (2023), the concept of *Digital Campaign* with *Chaffey's RACE Framework method* (2022), the concept of offline marketing strategy owned by *Genadinik* (2015), and the concept of *Content Creator* according to Bucci (2023). The main obstacle during the internship process is that sometimes there is little engagement in the Erafone campaign, Masterclass by Erafone. *Erafone's Marketing* Division serves as the company's foundation in supporting success with the marketing strategies carried out, one of which is the activation of the Masterclass by Erafone community group by creating content on Telegram that develops *soft skills* and *hard skills*, namely critical thinking, the ability to research ideas and references, manage Erafone's social media, and the use of SAP systems in supporting Erafone's campaign activities.

Keywords: *Event Marketing, Event, Marketing, Ritel, Erafone*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang	7
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	7
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	10
2.1 Profil Perusahaan	10
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	16
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	20
3.1 Kedudukan dan Koordinasi Kerja Magang	20
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	20
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	65
4.1 Simpulan	65
4.2 Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas Utama <i>Event Marketing</i> PT Erafone Artha Retailindo	21
Tabel 3.2 <i>Timeline</i> Proses Kerja Magang	23
Tabel 3.3 <i>Timeline Pre-event</i> hingga <i>Post-event</i> pekerjaan <i>content creator</i>	24
Tabel 3.4 <i>Content Calender</i> Maret 2024	26
Tabel 3.5 <i>Timeline mini competition photography</i> #StreetFoodRamadhan.....	31
Tabel 3.6 <i>Objective</i> program <i>social media competition</i> #StreetFoodRamadhan..	32
Tabel 3.7 <i>Timeline mini quiz</i> #SmartHome	41
Tabel 3.8 <i>Objective</i> program <i>social media quiz, competition</i> #SmartHome.....	42
Tabel 3.9 <i>Timeline</i> analisis <i>marketing</i> alokasi <i>merchandise</i> ke gerai Erafone	52
Tabel 3.10 <i>Objektif</i> dan <i>KPI offline marketing event</i>	57
Tabel 3.11 <i>Timeline offline marketing event</i> Massterclass by Erafone.....	57



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik pengguna Internet di Indonesia	2
Gambar 2.1 Logo Erajaya	10
Gambar 2.2 Logo Erafone dan Erafone & More	12
Gambar 2.3 Logo <i>monobrand</i> Erajaya	13
Gambar 2.4 Logo unit bisnis Erajaya <i>Active Lifestyle</i>	13
Gambar 2.5 Logo Wellings	14
Gambar 2.6 Logo unit bisnis Erajaya <i>Food and Nourishment</i>	14
Gambar 2.7 Struktur Organisasi PT Erajaya Swasembada Tbk	16
Gambar 2.8 Struktur Divisi <i>Marketing</i> PT Erajaya Swasembada Tbk	18
Gambar 3.2 Konten <i>Social Media</i> Telegram <i>Campaign</i> Masterclass by Erafone	28
Gambar 3.3 <i>Screen shot</i> mahasiswa magang menjawab pesan anggota di grup	30
Gambar 3.4 <i>Wordingan Mini Competition</i> #StreetFoodRamadhan	34
Gambar 3.5 Pemegang merespons pertanyaan terkait <i>challenge</i> #StreetFoodRamadhan	35
Gambar 3.6 Pemegang merespons pertanyaan terkait <i>challenge</i> #StreetFoodRamadhan	36
Gambar 3.7 Pemenang kompetisi #StreetFoodRamadhan	37
Gambar 3.8 Pemenang kompetisi #StreetFoodRamadhan	38
Gambar 3.9 <i>Reminder</i> kompetisi mini quiz #SmartHome	44
Gambar 3.10 <i>Reminder</i> kompetisi <i>mini quiz</i> #SmartHome	46
Gambar 3.11 Partisipan <i>mini quiz competition</i> #SmartHome Erafone	47
Gambar 3.12 Partisipan <i>mini quiz competition</i> #SmartHome Erafone	48

Gambar 3.13 Pemegang menghubungi pemenang <i>mini quiz competition</i> #SmartHome Erafone	49
Gambar 3.14 Pemegang menghubungi pemenang <i>mini quiz competition</i> #SmartHome Erafone	49
Gambar 3.15 <i>Email request support free merchandise campaign</i> ERAmadhan Penuh Berkah <i>region 5</i>	54
Gambar 3.16 <i>Alokasi merchandise support campaign</i> Erafone	55
Gambar 3.17 Contoh <i>ticketing request</i> alokasi <i>merchandise</i>	55
Gambar 3.18 Realiasi penyerahan <i>merchandise</i>	56
Gambar 3.19 <i>Email blast</i> UMN serta poster Masterclass by Erafone	61
Gambar 3.20 Informasi penyelenggaraan <i>Workshop</i> Masterclass by Erafone	61
Gambar 3.21 Dokumentasi <i>Workshop</i> Masterclass by Erafone UMN	62
Gambar 3.22 Dokumentasi penyerahan <i>merchandise</i> <i>Workshop</i> Masterclass by Erafone UMN	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Sesi *On-Boarding* PT Erajaya Swasembada Tbk Kampus Merdeka MSIB Batch VI

Lampiran A Surat Pengantar MBKM - MBKM 01

Lampiran B Kartu MBKM - MBKM 02

Lampiran C *Daily Task* MBKM - MBKM 03

Lampiran D Lembar Verifikasi Laporan MBKM - MBKM 04

Lampiran E Formulir Bimbingan Magang

Lampiran F Surat Penerimaan Magang Merdeka MSIB Batch VI

Lampiran G Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin

Lampiran H *Curriculum Vitae*

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA