

**AKTIVITAS BRAND ACTIVATION RCTI+ UNTUK
MENINGKATKAN KESADARAN MEREK PELANGGAN**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

ZEFANYA BRAVE

00000064528

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

2024

**AKTIVITAS BRAND ACTIVATION RCTI+ UNTUK
MENINGKATKAN KESADARAN MEREK PELANGGAN**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

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

ZEFANYA BRAVE

00000064528

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

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Zefanya Brave
Nomor Induk Mahasiswa : 00000064528
Program Studi : Komunikasi Strategis

Laporan Magang dengan judul:

AKTIVITAS MAGANG BRAND ACTIVATION RCTI+ UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN MEREK PELANGGAN

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, 19 Juni 2024

Digital Materai Rp 10.000,00

<https://e-meterai.co.id/>



A handwritten signature in black ink, appearing to be "Zefanya Brave".

Zefanya Brave

HALAMAN PENGESAHAN


Laporan Magang dengan judul
**AKTIVITAS BRAND ACTIVATION RCTI+ UNTUK MENINGKATKAN
KESADARAN MEREK PELANGGAN**

Oleh

Nama : Zefanya Brave
NIM : 00000064528
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Telah diujikan pada hari rabu, 19 Juni
2024
Pukul 11.00 s.d 12.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Dr. Tangguh Okta Wibowo, S.Hum., M.A
NIDN 0320109004


Novaldy
Prawhesmara
2024.06.27
10:26:51 +07'00'

Novaldy Prawhesmara, S.Kom.
MLKom
NIDN 0307117806

Pembimbing

Dr. Tangguh Okta Wibowo, S.Hum., M.A
NIDN 0320109004

Kepala Program Studi ilmu Komunikasi

Cendra Rizky Anugerah Bangun, S. Sos.
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 : Zefanya Brave
NIM : 00000064528
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:

**AKTIVITAS BRAND ACTIVATION RCTI+ UNTUK
MENINGKATKAN KESADARAN MEREK PELANGGAN**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif 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, 11 Juni 2024
Yang menyatakan,

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Zefanya Brave

KATA PENGANTAR

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

“AKTIVITAS MAGANG BRAND ACTIVATION RCTI+” 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

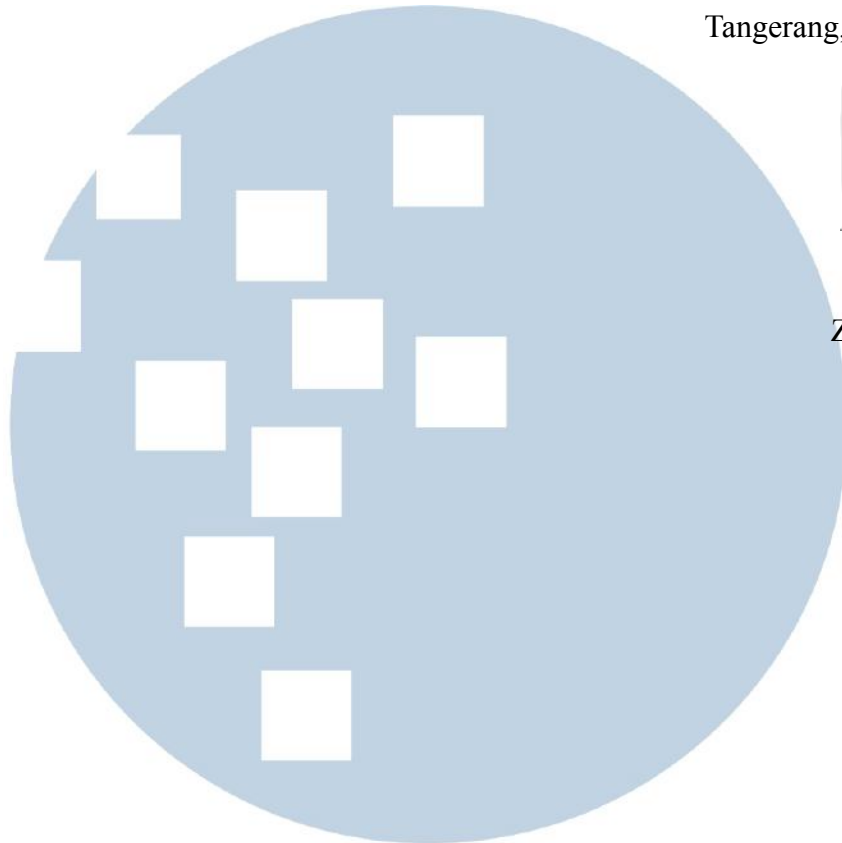
1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Dr. Tangguh Okta Wibowo, S.Hum., M.A., sebagai Pembimbing yang telah menyisihkan waktu dan tenaga untuk memberikan arahan, bimbingan, serta motivasi atas terselesainya laporan ini
5. Bapak/Ibu Dosen selaku Ketua Sidang dan Bapak/Ibu Dosen selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Kepada Nareswara Adhiwardana sebagai pembimbing lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan semangat atas terselesaikannya laporan MBKM penelitian
7. Kepada tim Brand Activation RCTI+
8. 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, 11 Juni 2024



Zefanya Brave



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

AKTIVITAS BRAND ACTIVATION RCTI+ UNTUK MENINGKATKAN KESADARAN MEREK PELANGGAN

Oleh Zefanya Brave

ABSTRAK

Alasan utama penulis memilih RCTI+ sebagai tempat praktek kerja magang adalah untuk mengerti bagaimana Brand Activation membantu perusahaan beradaptasi dengan era digital karena persaingan industri yang semakin ketat di Indonesia, sehingga para produsen di haruskan untuk merangkai sebuah strategi yang kreatif, inovatif dan berbeda dengan para kompetitor-nya. Brand Activation sendiri merupakan cara atau proses untuk membuat sebuah brand dapat lebih dikenal dan diketahui oleh masyarakat dan target audiens, meningkatkan dan memperdalam brand awareness, dan keintiman dengan para target audiens melalui serangkaian kegiatan atau kampanye yang telah disusun. Penulis melakukan kerja magang di RCTI+ agar dapat merasakan praktek di dunia pekerjaan dari hasil perkuliahan yang telah dijalani serta untuk meningkatkan kompetensi dalam pembuatan proposal, budgeting, dan eksekusi dari brief yang diberikan oleh klien dengan tepat. Bekerja sebagai RCTI+ Brand Activation Intern memberikan banyak pengalaman dan ilmu baru dalam memahami implementasi dan cara kerja Brand Activation dalam meningkatkan brand awareness sebuah perusahaan

Kata kunci: *RCTI+, brand activation, marketing communication, activity, brand awareness*

RCTI+ BRAND ACTIVATION ACTIVITIES TO INCREASE CUSTOMER BRAND AWARENESS

By Zefanya Brave

ABSTRACT

The main reason the author chose RCTI+ as a place for internship work was to understand how brand activation helps companies adapt to the digital era because industrial competition is increasingly fierce in Indonesia, so producers are required to put together a strategy that is creative, innovative, and different from their competitors. his. Brand activation itself is a way or process to make a brand better known and recognized by the public and target audience, increasing and deepening brand awareness and intimacy with the target audience through a series of activities or campaigns that have been prepared. The author undertook an internship at RCTI+ in order to experience practice in the world of work from the results of the lectures he had undertaken and to improve competence in making proposals, budgeting, and executing the brief given by the client correctly. Working as an RCTI+ Brand Activation Intern provides a lot of experience and new knowledge in understanding the implementation and how Brand Activation works to increase a company's brand awareness.

Keywords: *RCTI+, brand activation, marketing communication, activity, brand awareness*

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	II
HALAMAN PENGESAHAN	III
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	IV
KATA PENGANTAR	V
ABSTRAK	VIII
ABSTRACT	IX
DAFTAR ISI	X
DAFTAR TABEL	XII
DAFTAR GAMBAR	XIII
DAFTAR LAMPIRAN	XIV
BAB I	1
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
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	7
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	7
BAB II	10
GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI	10
2.1 Tentang RCTI+	10
2.1.1 Visi Misi RCTI+	11
2.3 Struktur Organisasi RCTI+	11
BAB III	15
PELAKSANAAN KERJA MAGANG	15
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang	15
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang	15
Gambar 3.1 Proposal Erspo ‘Goes To Office’s	16
Gambar 3.2 Indonesia International Open 2024	17
3.2.1 Tugas Kerja Magang	18
3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang	19
3.3 Kendala yang ditemukan	28
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	28
BAB IV	29

SIMPULAN DAN SARAN	29
4.1 Simpulan	29
4.2.1 Saran untuk Perusahaan	30
4.2.2 Saran untuk Universitas	30
4.2.3 Saran untuk Mahasiswa	30
DAFTAR PUSTAKA	31
LAMPIRAN	32



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Daftar brand yang telah ditangani	34
Tabel 3.2 Tugas Utama Brand Activation	34



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Aplikasi RCTI+	19
Gambar 1.3 Aktivasi Brand VUSE pada kantor RCTI+	2
Gambar 2.1 Logo RCTI+	26
Gambar 2.2 Struktur Organisasi RCTI+	28
Gambar 2.2 Struktur Departemen Activation	29
Gambar 2.3 Contoh budgeting yang telah dibuat	30
Gambar 3.1 Proposal Erspo ‘Goes To Office’s	32
Gambar 3.2 Indonesia International Open 2024	33
Gambar 3.3 Brief Yamaha School Hunt - Short Movie Competition	36
Gambar 3.4 Insight kampanye peluncuran produk The Body Shop	37
Gambar 3.5 Objektif kampanye The Body Shop	38
Gambar 3.6 Kampanye peluncuran produk The Body Shop	39
Gambar 3.7 Budgeting kampanye peluncuran produk The Body Shop	39
Gambar 3.4 Meeting antara Tim Brand Activation dengan Tim Finance RCTI+	41

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN	47
A. MBKM Cover Letter MBKM Internship Track 1	47
B. Form KM 02 : Surat Pengantar Kerja Magang	48
C. Kartu MBKM 02	49
D. Daily Task MBKM - MBKM03	50
E. Lembar Verifikasi Laporan MBKM - MBKM 04	51
F. Form Bimbingan Magang	52
G. Surat penerimaan MBKM - LOU	53
H. Surat Keterangan Selesai Magang	54
I. Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin	55
J. Koordinasi dengan beberapa perguruan tinggi di Indonesia untuk keperluan acara By.U Campus Invasion	56
K. Koordinasi dengan beberapa manager artis untuk menanyakan rate-card artis tersebut.	58
L. Pembuatan poster By.U School Invasion competition	60
M. Pembuatan Brief Nobar Euro 2024 RCTI+ X Guinness	61
N. CV Penulis	62

