

**AKTIVITAS *BRAND AND CONTENT MARKETING* UNTUK
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* DISNEY+ HOTSTAR
DI INDONESIA**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

JENNIFER

00000062967

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

2024

**AKTIVITAS *BRAND AND CONTENT MARKETING* UNTUK
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* DISNEY+ HOTSTAR
DI INDONESIA**



LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

JENNIFER

00000062967

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

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Jennifer
Nomor Induk Mahasiswa : 00000062967
Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

**AKTIVITAS *BRAND AND CONTENT MARKETING* UNTUK
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* DISNEY+ HOTSTAR DI
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 maupun dalam penulisan laporan MBKM, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan MBKM yang telah saya tempuh.

Tangerang, 6 Januari 2025



Jennifer

UMM
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan Rahmat Tuhan Yang Maha Kuasa, atas selesainya penulisan laporan magang dengan judul *Aktivitas Brand and Content Marketing Untuk Meningkatkan Brand Awareness Disney+ Hotstar di Indonesia* dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Jurusan Komunikasi Strategis Pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak dari masa perkuliahan hingga penyusunan laporan magang ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si 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. Tangguh Okta Wibowo, M.A selaku Ketua Sidang yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
5. Bapak Ikhsan Mustafa Nur, S.E., M.Si., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan magang ini.
6. Keluarga dan teman-teman mahasiswa yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan magang ini.
7. Team Disney Indonesia, yang memberikan dukungan selama penulis mengerjakan laporan magang ini.

8. Cellina Rainnolv, Victorya Winata, Cecilia Mona Pricila, Maria Katrina, Irene dan Kireina yang telah memberikan dukungan moral selama penulis menyelesaikan laporan magang ini.
9. Seluruh pihak yang telah terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam pembuatan laporan magang ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat, baik sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi bagi para pembaca

Tangerang, 6 Januari 2025



Jennifer

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**AKTIVITAS *BRAND AND CONTENT MARKETING* UNTUK
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* DISNEY+ HOTSTAR DI**

INDONESIA

JENNIFER

ABSTRAK

Peningkatan aktivitas menonton melalui aplikasi *video on demand* (VOD) mendorong perusahaan untuk terus mengembangkan dan memperkenalkan berbagai judul kepada masyarakat. Tujuan magang di divisi Brand and Content Marketing adalah memahami aktivitas dan tanggung jawab divisi tersebut di Disney+ Hotstar. Tanggung jawab tersebut berupa, *content collecting and distribution*, *event management* dan *campaign* dalam menyebarkan *brand awareness*. Selama magang, pemagang memperoleh banyak wawasan baru tentang perusahaan berskala internasional, seperti perbedaan cara kerja antar negara dan metode komunikasi yang diterapkan. Selain itu, pemagang juga belajar mengenai sikap profesional yang tepat selama menjalani proses magang. Dengan demikian, penulis menyimpulkan bahwa divisi *Brand and Content Marketing* memiliki peran penting dalam meningkatkan *brand awareness* melalui konten yang dipublikasikan serta *event* atau *campaign* yang dijalankan.

Kata kunci: *Disney+ Hotstar, Content Collecting and Distribution, Event Management, Campaign.*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**BRAND AND CONTENT MARKETING ACTIVITIES TO INCREASE
BRAND AWARENESS OF DISNEY+ HOTSTAR IN INDONESIA**

JENNIFER

ABSTRACT

The growing trend of people increasing their screen time, especially through video-on-demand (VOD) applications, has prompted companies to continuously evolve in introducing various titles to the public. The objective of this internship in the Brand and Content Marketing division is to understand the activities and responsibilities of this division at Disney+ Hotstar. These responsibilities include content collecting and distribution, event management, and campaigns to spread brand awareness. During the internship, I've gained valuable insights into how an international-scale company operates, such as the differences in working methods across countries and communication strategies. Additionally, I also learned the proper professional demeanor during the internship process. Therefore, it can be concluded that the Brand and Content Marketing division plays an essential role in boosting brand awareness through the content published and the events or campaigns organized.

Keywords: *Disney+ Hotstar, Content Collecting and Distribution, Event Management, Campaign.*

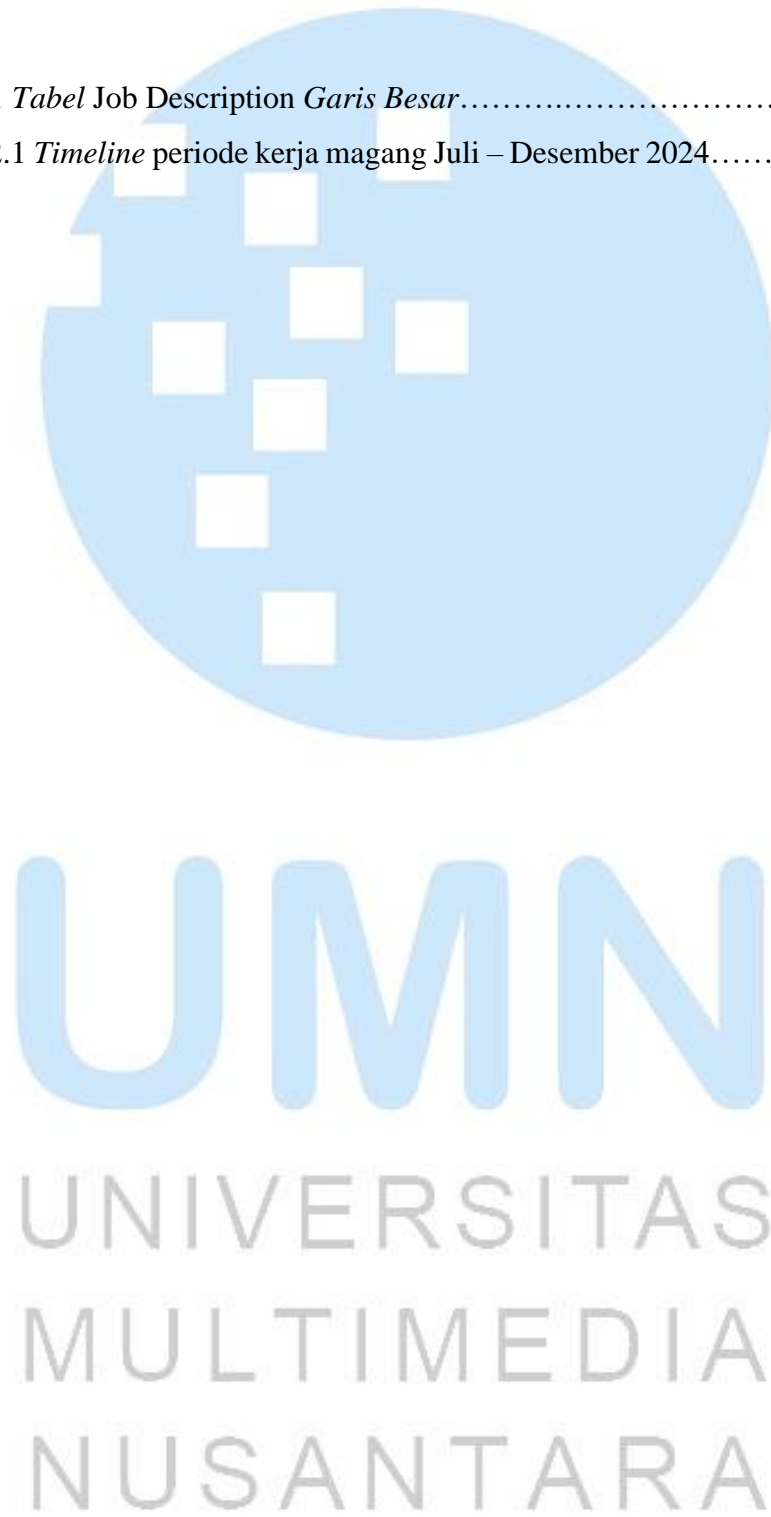
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	2
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	3
KATA PENGANTAR	5
ABSTRAK	7
ABSTRACT (English)	8
DAFTAR ISI	9
DAFTAR TABEL	10
DAFTAR GAMBAR	11
DAFTAR LAMPIRAN	12
BAB I PENDAHULUAN	13
1.1. Latar Belakang	13
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang	19
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	19
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	20
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	20
2.1.1 Visi Misi	24
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	24
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	28
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	28
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	29
3.3 Kendala yang Ditemukan	46
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	47
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	48
4.1 Simpulan	48
4.2 Saran	48
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN	51

DAFTAR TABEL

Table 3.2.1 <i>Tabel Job Description Garis Besar</i>	30
Tabel 3.2.2.1 <i>Timeline</i> periode kerja magang Juli – Desember 2024.....	31

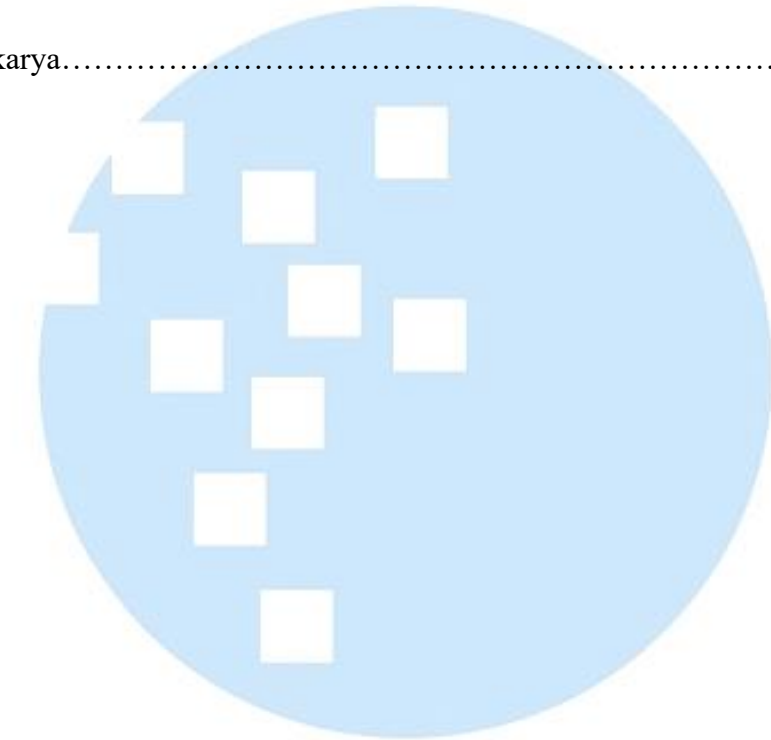


DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. 1 Alasan orang menggunakan <i>Video On Demand (VOD)</i>	13
Gambar 1.1. 2 Data mengenai film dari negara asal yang disukai oleh masyarakat Indonesia	14
Gambar 1.1. 3 Alasan menggunakan aplikasi video streaming berlangganan.....	15
Gambar 1.1. 4 Aplikasi VOD yang paling sering dipakai	16
Gambar 1.1. 5 Piramida <i>brand awareness</i> menurut Aaker	17
Gambar 2.1. 1 Logo The Walt Disney Company.....	20
Gambar 2.1. 2 Logo Disney+ Hotstar	23
Gambar 2.2. 1 Struktur Divisi <i>Integrated Marketing</i> PT Walt Disney Indonesia	24
Gambar 2.2. 2 Struktur Divisi <i>Brand & Content Marketing</i> Disney+ Hotstar Indonesia	26
Gambar 3.2.2. 1 Flow tahap perencanaan asset kreatif hingga penayangan	36
Gambar 3.2.2. 2 Contoh materi AV (gambar sebelah kanan) dan KV (gambar sebelah kiri) Disney+ Hotstar Indonesia	37
Gambar 3.2.2. 3 Contoh konten <i>Monthly Highlight</i>	38
Gambar 3.2.2. 4 Beberapa contoh elemen yang diperhatikan.....	39
Gambar 3.2.2. 5 Contoh <i>Monthly Highlight</i> yang diposting oleh negara Singapura dan Filipina	40
Gambar 3.2.2. 6 Contoh <i>trailer</i> yang telah diterjemah dalam bahasa Indonesia..	41
Gambar 3.2.2. 7 Event “ <i>The Tyrant Virtual Fan Meeting</i> ”	42
Gambar 3.2.2. 8 Postingan kuis <i>event The Tyrant Virtual Fan Meeting</i>	43
Gambar 3.2.2. 9 Postingan <i>campaign</i> “Dari Streaming Jadi Traveling”	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran karya.....51



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA