

**AKTIVITAS *CORPORATE BRANDING* DI REALCO
(PT REALCO WINTA INDONESIA)**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

NADYA ELSYAFIRA

0000062805

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

2025

**AKTIVITAS *CORPORATE BRANDING* DI REALCO
(PT REALCO WINTA INDONESIA)**



LAPORAN MAGANG

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana S.I. Kom

Nadya Elsyafira

00000062805

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Nadya Elsyafira
Nomor Induk Mahasiswa : 00000062805
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

AKTIVITAS *CORPORATE BRANDING* DI REALCO

(PT REALCO WINTA 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, 02 Januari 2025



Handwritten signature of Nadya Elsyafira.

(Nadya Elsyafira)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul

AKTIVITAS *CORPORATE BRANDING* DI REALCO (PT REALCO WINTA INDONESIA)

Oleh

Nama : Nadya Elsyafira
NIM : 00000062805
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 15 Januari 2025

Pukul 16.00 s/d 17.00 dan dinyatakan

LULUS

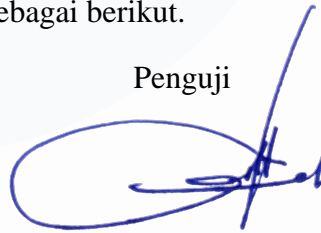
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Dian Nuranindya, S.E., M.Si.
NIDN 0314128502

Penguji



Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIDN 0327019001

Pembimbing



Dian Nuranindya, S.E., M.Si.
0314128502

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

iii

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Nadya Elsyafira
NIM : 00000062805
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : 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 CORPORATE BRANDING DI REALCO (PT REALCO WINTA INDONESIA)”

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, 02 Januari 2025

Yang menyatakan,



(Nadya Elsyafira)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan Magang ini dengan judul: **“Aktivitas Corporate Branding di Realco (PT Realco Winta Indonesia)”** dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar S.I.Kom Program Studi Ilmu Komunikasi 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. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Dian Nuranindya, S.E., M.Si., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya laporan ini.
5. Ibu Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I. Kom., M.I.Kom. selaku penguji yang telah memberikan saran dan masukan saat sidang.
6. Cindy Olivia, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan banyak pembelajaran baru selama praktik kerja magang.
7. Seluruh karyawan PT RealCo Winta Indonesia, yang telah memberikan dukungan dan motivasi.
8. Mami, Papi, dan Koko yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.
9. “7 Kurcaci” Anasta Octavia Wenzel, Audy Virginia, Grace Avelyn Thomas, Nayla Desgita Dewi, Syifa Putri Indira, dan Wita Merly Adriani, selaku teman seperjuangan yang selalu memberikan dukungan, hiburan dan motivasi selama masa perkuliahan.

10. Alifia Shafa, selaku sahabat penulis yang selalu menemani dalam suka maupun duka serta memberikan motivasi dalam proses penyusunan skripsi ini.
11. Azhura, Indah, Nasya dan Patricia, selaku teman-teman *Intern Batch 12 RealCo* yang telah memberikan motivasi dan dukungan selama kerja magang serta penyelesaian laporan MBKM.

Penulis memohon maaf jika laporan ini masih jauh dari kata sempurna dan berharap laporan magang ini dapat bermanfaat sebagai pembelajaran, inspirasi, dan manfaat bagi pembaca.

Tangerang, 02 Januari 2025



(Nadya Elsyafira)



AKTIVITAS *CORPORATE BRANDING* DI REALCO (PT REALCO WINTA INDONESIA)

Nadya Elsyafira

ABSTRAK

Saat ini, perusahaan tidak hanya fokus pada pemasaran, tetapi juga aktif melakukan *branding* untuk memperkuat nama perusahaan dan meningkatkan persepsi di mata konsumen. Dalam era digital, media sosial menjadi alat *branding* yang sangat efisien, terutama dengan 185 juta pengguna internet di Indonesia. RealCo, perusahaan FMCG yang bercita-cita menjadi pemimpin dalam *Healthy Consumer Goods* berbasis digital, memanfaatkan *corporate branding* melalui media sosial untuk meningkatkan kredibilitas dan daya tarik publik. Sebagai *Corporate Branding Intern* di PT Realco Winta Indonesia, penulis merancang dan mengembangkan konten menarik yang mencerminkan nilai-nilai perusahaan, serta menjalin kerjasama dengan pihak eksternal melalui kegiatan *employee engagement*. Pengalaman ini tidak hanya membantu penulis mengembangkan keterampilan dalam mengelola media sosial dan merencanakan acara, tetapi juga memperkuat kemampuan untuk menjalin kerjasama yang efektif, dan berkontribusi pada pemahaman mendalam tentang pentingnya *branding* dalam membangun hubungan yang kuat dengan konsumen.

Kata kunci: *branding, employee engagement, media sosial*

CORPORATE BRANDING ACTIVITIES AT REALCO (PT REALCO WINTA INDONESIA)

Nadya Elsyafira

ABSTRACT (English)

Currently, companies are not only focused on marketing but are also actively engaged in branding to strengthen their name and enhance perception in the eyes of consumers. In the digital era, social media has become a highly efficient branding tool, especially with 185 million internet users in Indonesia. RealCo, an FMCG company aspiring to be a leader in digital-based Healthy Consumer Goods, leverages corporate branding through social media to enhance credibility and public appeal. As a Corporate Branding Intern at PT Realco Winta Indonesia, the author designs and develops engaging content that reflects the company's values, as well as collaborates with external parties through employee engagement activities. This experience not only helps the author develop skills in managing social media and planning events but also strengthens the ability to establish effective collaborations, contributing to a deep understanding of the importance of branding in building strong relationships with consumers.

Keywords: *branding, employee engagement, social media*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	i
DAFTAR GAMBAR	ii
DAFTAR LAMPIRAN	iii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang	6
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	6
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	8
2.1. Sejarah Singkat Perusahaan	8
2.2. Visi Misi	9
2.3. Struktur Organisasi Perusahaan	10
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	14
3.1. Kedudukan dan Koordinasi	14
3.2. Tugas dan Uraian Kerja Magang	17
3.2.1 Tugas Kerja Magang	17
3.2.2 Uraian Kerja Magang	17
3.3. Kendala yang Ditemukan	28
3.4. Solusi atas Kendala yang Ditemukan	28
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	29
4.1. Simpulan	29
4.2. Saran	30

DAFTAR PUSTAKA	31
LAMPIRAN	32



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1Lini Waktu Corporate Branding Intern

17

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Internet dan Media Sosial Indonesia	2
Gambar 2. 1 Perusahaan Realco	8
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Perusahaan Realco	10
Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Divisi Human Resources Realco	12
Gambar 3. 1 Alur koordinasi pengelolaan media sosial	15
Gambar 3. 2 Alur koordinasi kegiatan employee engagement	16
Gambar 3. 3 Content Plan Instagram bulan Agustus	19
Gambar 3. 4 Brief Content Plan	20
Gambar 3. 5 Tangkapan layar proses produksi konten infografis	21
Gambar 3. 6 Tangkapan layar proses pengeditan konten video	21
Gambar 3. 7 Tangkapan layar publikasi konten Instagram @realco.id	22
Gambar 3. 8 Tangkapan layar monthly report bulan Agustus	23
Gambar 3. 9 Tangkapan layar Brand Partners List	24
Gambar 3. 10 Tangkapan layar Partnership Syca	25
Gambar 3. 11 Tangkapan layar Sponsorship List	26
Gambar 3. 12 Tangkapan layar Rencana Halloween Party	27

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A: Surat MBKM Internship Track 2 (KM-01)	33
Lampiran B: Surat Pengantar MBKM (Form Magang KM-02)	34
Lampiran C: Kartu MBKM 02	35
Lampiran D: Daily Task MBKM (MBKM 03)	36
Lampiran E: Surat Penerimaan Magang	49
Lampiran F: Surat Verifikasi (MBKM 04)	50
Lampiran G: Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin	51
Lampiran H: Counseling Meeting	54
Lampiran I: Semua hasil karya tugas yang dilakukan selama MBKM	55
Lampiran J: Curriculum Vitae	57

