

PERAN PRODUCT MARKETER CLEANING NILFISK

DI PT KRISBOW INDONESIA



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

Felicia Vania Anabela

0000055094

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

2024

**PERAN PRODUCT MARKETER CLEANING NILFISK
DI PT KRISBOW INDONESIA**



LAPORAN MAGANG

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

Felicia Vania Anabela
00000055094

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Felicia Vania Anabela

Nomor Induk Mahasiswa : 00000055094

Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

PERAN PRODUCT MARKETER CLEANING NILFISK DI PT KRISBOW 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, 17 Januari 2025

UMIN



Felicia Vania Anabela

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**PERAN PRODUCT MARKETER INTERN CLEANING NILFISK
DI PT KRISBOW INDONESIA**

Oleh
Nama : Felicia Vania Anabela
NIM : 00000055094
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Jumat, 17 Januari 2025
Pukul 00.00 s/d 00.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Nike Putri Yunandika, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIDN 0325019101

Penguji



Asep Sutresna, M.A.
NIDN: 0307126303

Pembimbing



Nike Putri Yunandika, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIDN 0325019101

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugrah Bangun, 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 : Felicia Vania Anabela
NIM : 00000055094
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
JenisKarya : Laporan MBKM

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PERAN PRODUCT MARKETER CLEANING NILFISK DI PT KRISBOW 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, 6 Januari 2025

Yang menyatakan,

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Felicia Vania Anabela

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan Magang ini dengan judul: “**PERAN PRODUCT MARKETER CLEANING NILFISK DI PT KRISBOW INDONESIA**” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Jurusan 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 tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc, Ph.D, selaku selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Cendera Rizky Anugrah Bangun, S Sos., M.Si, selaku Ketua Program Studi Komunikasi Strategis Universitas Multimedia Nusantara.
4. Nike Putri Yunandika, S.I.Kom., M.I.Kom, sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya laporan magang ini.
5. Seluruh anggota keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan magang ini.
6. Kawan Lama Group yang telah memberikan kesempatan untuk menjalankan aktivitas magang sebagai *Product Marketing Intern* di PT Krisbow Indonesia khususnya departemen *Cleaning* tim PGM A *brand* Nilfisk.
7. Veronica Ang, sebagai Supervisor yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesaikannya laporan magang MBKM ini.
8. Hafiiz Iman Ramadhan, sebagai Mentor yang telah memberikan kepercayaan, dukungan, dan motivasi selama menjalankan proses magang.
9. Seluruh tim *Product Specialist* Nilfisk yang telah membagikan pengetahuan, informasi dan dukungan selama aktivitas magang berlangsung.

10. Seluruh tim Marketing PT Krisbow Indonesia yang telah memberikan arahan, kritik, dan saran selama pemagang menjalankan aktivitas magang.
11. Seluruh tim *Indirect Sales* PT Krisbow Indonesia yang telah membagikan pengetahuan, informasi dan arahan selama aktivitas magang berlangsung.

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

Tangerang, 6 Januari 2025



Felicia Vania Anabela



PERAN PRODUCT MARKETER CLEANING NILFISK

DI PT KRISBOW INDONESIA

Felicia Vania Anabela

ABSTRAK

Pemasaran produk memerlukan pemahaman tentang *Buyer's Journey* yang terdiri dari tahap *Awareness, Interest, Consideration, Decision, dan Support*. Proses ini berbeda dalam model bisnis B2B dan B2C sehingga mempengaruhi pendekatan pemasaran yang diterapkan. PT Krisbow Indonesia sebagai bagian dari Kawan Lama Group, menerapkan strategi pemasaran produk yang efektif untuk memastikan produknya dapat diterima dengan baik di pasar. Melalui posisi sebagai *Product Marketing Intern* dengan peran seorang *Product Marketer*, pemegang terlibat dalam aspek pemasaran produk, terutama pembuatan konten pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan audiens dan pemilihan *platform* yang tepat untuk distribusi informasi produk di era *digital*. Produk Nilfisk yang termasuk dalam kategori alat kebersihan dipasarkan melalui berbagai kanal digital, seperti website resmi Kawan Lama Solution, *omnichannel* RupaRupa, hingga toko *offline* Kawan Lama Solution dan Sisco Kawan Lama Group untuk menjangkau konsumen dengan lebih optimal. Pengalaman ini memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai integrasi antara komunikasi digital, pemasaran produk, dan perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian di era *digital* yang semakin berkembang.

Kata kunci: *Product Marketer, Nilfisk, Digital*

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

NILFISK CLEANING PRODUCT MARKETER ROLE

AT PT KRISBOW INDONESIA

Felicia Vania Anabela

ABSTRACT (English)

Product marketing requires an understanding of the Buyer's Journey, which consists of the stages of Awareness, Interest, Consideration, Decision, and Support. This process differs between B2B and B2C business models, which in turn affects the marketing approaches applied. PT Krisbow Indonesia, as part of Kawan Lama Group, implements effective product marketing strategies to ensure that its products are well-received in the market. Through the position of Product Marketing Intern, with the role of a Product Marketer, the intern is involved in various aspects of product marketing, particularly in creating marketing content that meets the audience's needs and selecting the right platforms for product information distribution in the digital era. Nilfisk products, which fall under the cleaning equipment category, are marketed through various digital channels, such as the official Kawan Lama Solution website, omnichannel RupaRupa, and offline stores within Kawan Lama Solution and Sisco Kawan Lama Group, to effectively reach consumers. This experience provides a deeper understanding of the integration between digital communication, product marketing, and consumer behavior in the decision-making process in an increasingly digital era.

Keywords: *Product Marketer, Nilfisk, Digital*

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	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I: PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang	9
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	9
BAB II: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	11
2.1. Sejarah Singkat Perusahaan	11
2.2. Visi Misi	13
2.3. Struktur Organisasi Perusahaan	13
2.4. Ruang Lingkup Divisi	14
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	17
3.1. Kedudukan dan Koordinasi	17
3.2. Tugas dan Uraian Kerja Magang	19
3.2.1. Tugas yang Dilakukan	24
3.2.2. Uraian Kerja Magang	27
3.3. Kendala yang Ditemukan	55

3.4	Solusi atas Kendala yang Ditemukan	56
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN		58
4.1	Simpulan	58
4.2	Saran	59
DAFTAR PUSTAKA		62
DAFTAR GAMBAR		
Gambar 1.1	The Buyer's Journey	1
Gambar 1.2	Perbedaan Buying Process B2B dan B2C	2
Gambar 1.3	Kemunculan Brand/Produk Baru di Media	4
Gambar 1.4	Penggunaan Media oleh Masyarakat Indonesia untuk Meriset Produk	5
Gambar 1.5	Laman Website Kawan Lama Solution	6
Gambar 1.6	Nilfisk Commercial & Industrial di Laman Website Kawan Lama Solution	7
Gambar 1.7	Nilfisk di Omnichannel RupaRupa	8
Gambar 2.1	Logo Kawan Lama Solution (PT Kawan Lama Solusi)	11
Gambar 2.2	Logo PT Krisbow Indonesia	11
Gambar 2.3	Struktur Perusahaan PT Kawan Lama Solusi	12
Gambar 2.4	Logo Nilfisk	12
Gambar 2.5	Struktur Organisasi Pengelola Merek Nilfisk	14
Gambar 2.6	Struktur Divisi Marketing Nilfisk	15
Gambar 3.1	Alur dan Koordinasi Kerja B2B Product Marketing Intern 1	17
Gambar 3.2	Alur dan Koordinasi Kerja B2B Product Marketing Intern 2	18
Gambar 3.3	Alur dan Koordinasi Kerja B2B Product Marketing Intern 3	19
Gambar 3.4	Product Marketing Core Framework	20
Gambar 3.5	Product Marketer Role	22
Gambar 3.6	MKT Nilfisk Dashboard – Commercial & Industrial 2024	27
Gambar 3.7	Wobbler Commercial Nilfisk	29
Gambar 3.8	Layout Design Wobbler Commercial Nilfisk	29
Gambar 3.9	Wobbler Consumer Nilfisk	30
Gambar 3.10	Layout Design Wobbler Consumer Nilfisk	31
Gambar 3.11	SOP Pengaplikasian Wobbler Nilfisk Commercial	31

Gambar 3.12 Poster Promo Free Gift Nilfisk	32
Gambar 3.13 Poster Promo Kasir Promo Nilfisk Commercial	33
Gambar 3.14 Email Pengajuan Cetak Flyer Promo Nilfisk	34
Gambar 3.15 Hasil Cetak Flyer Promo Nilfisk	34
Gambar 3.16 Wordingan Whatsapp Blast Nilfisk	35
Gambar 3.17 Video Promo Nilfisk Commercial – Promo Information	36
Gambar 3.18 Video Promo Nilfisk Commercial – Product Information	37
Gambar 3.19 Video Promo Nilfisk Commercial – Product Availability	38
Gambar 3.20 Nilfisk Display KLS Raden Saleh Before Dress Up	40
Gambar 3.21 KLS Raden Saleh Product Display Layout	41
Gambar 3.22 Email Inisiasi Dress Up Nilfisk Display KLS Raden Saleh	42
Gambar 3.23 KLS Raden Saleh POSM Layout 1	42
Gambar 3.24 KLS Raden Saleh POSM Layout 2	43
Gambar 3.25 KLS Raden Saleh Supporting Materials	43
Gambar 3.26 KLS Raden Saleh Timeline Display Project	44
Gambar 3.27 Nilfisk Display KLS Raden Saleh After Dress Up	44
Gambar 3.28 Product Information Nilfisk Exhibitions	46
Gambar 3.29 Layout Desain Product Information Nilfisk Exhibitions	47
Gambar 3.30 ATEX & ACD Comparison POP	48
Gambar 3.31 Nilfisk Palmex Indonesia POP Foamboard	49
Gambar 3.32 Nilfisk X KLS Instagram Post Layout	51
Gambar 3.33 Isi Konten Nilfisk X KLS Instagram Post	51
Gambar 3.34 Konten Nilfisk Blog Kawan Lama Solution	52
Gambar 3.35 Isi Konten Edukasi Nilfisk Blog Kawan Lama Solution	52
Gambar 3.36 Isi Konten Edukasi Nilfisk Blog Kawan Lama Solution	53
Gambar 3.37 Konten LinkedIn Informatif Nilfisk	54

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas Utama B2B Product Marketing Intern	25
Tabel 3.2 Tugas Tambahan B2B Product Marketing Intern	25
Tabel 3.3 Timeline Aktivitas B2B Product Marketing Intern	26

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

A. Surat Pengantar Magang MBKM 01	66
B. Surat Keterangan Penerimaan Magang	67
C. Kartu MBKM 02	68
D. Daily Task MBKM 03	69
E. Lembar Verifikasi Laporan MBKM 04	92
F. Formulir Konsultasi Magang	93
G. Uji Plagiarisme (Turnitin)	95

LAMPIRAN 2

A. <i>Creative Design</i> di <i>store</i> Sisco Kawan Lama Group	97
B. <i>Creative Design</i> untuk tim <i>Product</i>	101
C. <i>Creative Design</i> di <i>Exhibition</i>	102
D. Partisipasi Pemegang di <i>Exhibition</i>	108
E. Konten Blog Nilfisk di Website Kawan Lama Solution	109
F. Hasil <i>Product Display</i> KLS Raden Saleh	110

U 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