

**AKTIVITAS *MARKETING COMMUNICATION*
DI FUNGSI RETAIL PERUSAHAAN 4W & 2W
PT ASTRA OTOPARTS TBK**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

Lovenia Megumi Surjanto

00000069172

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

AKTIVITAS *MARKETING COMMUNICATION*
DI FUNGSI RETAIL PERUSAHAAN 4W & 2W
PT ASTRA OTOPARTS TBK



LAPORAN MAGANG

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Lovenia Megumi Surjanto

00000069172

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI STRATEGIS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Lovenia Megumi Surjanto

Nomor Induk Mahasiswa : 00000069172

Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang Penelitian dengan judul:

AKTIVITAS *MARKETING COMMUNICATION* DI FUNGSI RETAIL PERUSAHAAN 4W & 2W PT ASTRA OTOPARTS

TBK 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 magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan magang yang telah saya tempuh.

Jakarta, 21 Juni 2025



Lovenia

Lovenia Megumi Surjanto

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan Magang dengan judul

**AKTIVITAS *MARKETING COMMUNICATION* DI FUNGSI
RETAIL PERUSAHAAN 4W & 2W
PT ASTRA OTOPARTS TBK**

Oleh

Nama : Lovenia Megumi Surjanto
NIM : 00000069172
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Magang Universitas Multimedia Nusantara
Tangerang, 21 Juni 2025

Pembimbing



Digitally signed by Eko
Hadi Saputro
Reason: I am approving
this document
Location: Universitas
Multimedia Nusantara
Date: 2025-06-21
14:02+07:00

Eko Saputro.,SE.,MM

NIDN 0303056102

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Digitally signed by
Cendera Rizky
Anugerah Bangun
Date: 2025.06.21
14:41:37 +07'00'

Cendera Rizky Anugerah Bangun, S.Sos., M.Si.

NIDN 0304078404

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul

AKTIVITAS *MARKETING COMMUNICATION* DI FUNGSI RETAIL PERUSAHAAN 4W & 2W PT ASTRA OTOPARTS TBK

Oleh

Nama : Lovenia Megumi Surjanto
NIM : 00000069172
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 7 Juli 2025
Pukul 00.00 s/d 00.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing



Digitally signed by Eko Hadi
Saputro
Reason: I am approving this
document
Location: Universitas
Multimedia Nusantara
Date: 2025-07-11
16:41+07:00

Eko Saputro.,SE.,MM

NIDN: 0303056102

Penguji



Digitally signed
by Siti Fifthya
Mauldina
Date: 2025.07.11
13:45:49 +07'00'

Siti Fifthya Mauldina, S.Sos., M.Si.

NUPTK : 7556755656230102

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Digitally signed
by Cendera Rizky
Anugrah Bangun
Date: 2025.07.12
21:39:22 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos.,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 : Lovenia Megumi Surjanto

NIM : 00000069172

Program Studi : Komunikasi Strategis

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya : 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 *MARKETING COMMUNICATION* DI FUNGSI RETAIL PERUSAHAAN 4W & 2W PT ASTRA OTOPARTS TBK

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.

Jakarta, 20 Juni 2025

Yang menyatakan,



Lovenia Megumi Surjanto

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya ucapkan kepada Tuhan YME atas selesainya penulisan Laporan Magang dengan judul: Aktivitas *Marketing Communication* di Fungsi Retail Perusahaan 4W & 2W PT Astra Otoparts Tbk ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar S1 Jurusan Komunikasi Strategis 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. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si, selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si, selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Eko Saputro.,SE.,MM, sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya laporan.
5. Kak Finsa Safitri Dharmawan, selaku *Marketing Communication Section Head* dan pembimbing lapangan peserta magang; serta Bapak Lie Se Chiang selaku *Business Development and Marcom Department Head*. Juga kepada seluruh anggota tim *Marketing Communication*, yaitu Kak Reza Septy Ananda dan Kak Maulana Assyafi Ramadhan, serta dari divisi Human Resources, Produk, dan unit lainnya yang telah membimbing dan mendukung proses magang saya.
6. Kepada PT Astra Otoparts Tbk, atas kesempatan, kepercayaan, dan lingkungan kerja yang sangat berharga untuk pembelajaran dan pengembangan saya sebagai mahasiswa magang.

7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.
8. Kepada rekan-rekan peserta magang di PT Astra Otoparts: Isabel, Pris, Sean, Ko Farel, Marcel, Rifky, Darryl, Indah, dan lain-lain, yang telah menjadikan pengalaman magang ini lebih menyenangkan dan berkesan.
9. Kepada seluruh dosen Universitas Multimedia Nusantara, khususnya dari Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah membimbing dan mengajar saya dari semester 1 hingga 5, serta memberikan fondasi ilmu yang sangat berarti dalam perjalanan akademik saya.

Saya menyadari bahwa laporan ini masih memiliki kekurangan, oleh karena itu saya terbuka terhadap saran dan masukan demi penyempurnaan di masa mendatang. Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, khususnya dalam memahami praktik komunikasi pemasaran di industri ritel otomotif.

Jakarta, 20 Juni 2025



Lovenia Megumi Surjanto

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

AKTIVITAS *MARKETING COMMUNICATION* DI FUNGSI RETAIL PERUSAHAAN 4W & 2W PT ASTRA OTOPARTS TBK

Lovenia Megumi Surjanto

ABSTRAK

Laporan ini membahas pengalaman peserta magang sebagai *Brand & Marketing Communication Intern* di PT Astra Otoparts Tbk pada unit bisnis *Retail Operation* (4W & 2W). Fokus utama kegiatan magang ini adalah penerapan strategi komunikasi pemasaran terpadu di sektor layanan purna jual otomotif. Selama lima bulan, penulis terlibat dalam berbagai aktivitas komunikasi pemasaran seperti periklanan digital, pemasaran langsung, promosi penjualan, hubungan masyarakat berbasis KOL, hingga manajemen media sosial untuk merek Shop&Drive, Shop&Bike, Motoquick, dan Astra Otoservice. Laporan ini menunjukkan bagaimana IMC diterapkan untuk membangun *brand awareness*, meningkatkan keterlibatan pelanggan, dan mendorong loyalitas konsumen. Penulis juga menghadapi tantangan berupa koordinasi lintas divisi dan pengelolaan aset digital, yang kemudian diatasi dengan sistem dokumentasi dan supervisi berkala. Melalui pengalaman ini, penulis memperoleh pemahaman komprehensif tentang praktik komunikasi pemasaran di industri otomotif Indonesia yang semakin mengarah ke digitalisasi.

Kata kunci: bauran pemasaran, IMC, bauran pemasaran, layanan purna jual, industri otomotif

UMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

**MARKETING COMMUNICATION IMPLEMENTATION IN 4W AND 2W
RETAIL UNIT OF PT ASTRA OTOPARTS TBK**

Lovenia Megumi Surjanto

ABSTRACT (English)

This report discusses the author's internship experience as a Brand & Marketing Communication Intern at PT Astra Otoparts Tbk in the Retail Operation unit (4W & 2W). The main focus of this internship was the implementation of Integrated Marketing Communication (IMC) strategies in the automotive after-sales service sector. Over five months, the author was involved in various marketing communication activities including digital advertising, direct marketing, sales promotions, KOL-based public relations, and social media management for the brands Shop&Drive, Shop&Bike, Motoquick, and Astra Otoservice. The report illustrates how IMC is applied to build brand awareness, increase customer engagement, and foster consumer loyalty. The author also encountered challenges in cross-divisional coordination and digital asset management, which were addressed through structured documentation systems and regular supervision. This experience provided a comprehensive understanding of marketing communication practices in Indonesia's increasingly digitized automotive industry.

Keywords: marketing mix, IMC, digital marketing, after-sales service, automotive industry



DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT (English).....</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Maksud & Tujuan Magang	12
1.3. Waktu & Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	13
1.3.1. Waktu & Tempat Kerja Magang.....	13
1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang & Administrasi Kampus.....	14
BAB II TENTANG PERUSAHAAN.....	17
2.1. Gambaran Umum Perusahaan PT Astra Otoparts Tbk	17
2.2. Profil Perusahaan	17
2.2.1. Sejarah Perusahaan.....	18
2.2.3. Lingkup Bisnis Perusahaan.....	19
2.2.4. Visi Misi & Nilai Perusahaan	23
2.3. Struktur Perusahaan	24
2.3.1. Struktur Retail & <i>Marketing</i>	25
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	27
3.1. Kedudukan dan koordinasi dalam Kerja Magang.....	27
3.2. Tugas dan Uraian Kerja Magang	28
3.2.1. Tugas Kerja Magang.....	29
3.2.2. Uraian Kerja Magang.....	31

3.3. Kendala yang Ditemukan.....	54
3.3.1. Alur Kerja Internal	54
3.3.2. Aset Digital	55
3.3.3. Latar Belakang Peserta Magang.....	55
3.4. Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	55
3.4.1. Solusi Alur Kerja Internal	56
3.4.2. Solusi Aset Digital	56
3.4.3. Solusi Latar Belakang Peserta Magang.....	56
BAB IV KESIMPULAN & SARAN.....	58
4.1. Kesimpulan	58
4.2. Saran.....	61
4.2.1. Bagi Mahasiswa Magang Selanjutnya	61
4.2.2. Bagi Perusahaan (PT Astra Otoparts Tbk).....	63
4.2.3. Bagi Program Studi (Perguruan Tinggi)	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN.....	xvi



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Implementasi Bauran Pemasaran di Bengkel.....	6
Tabel 1.2. Tabel Demografi Konsumen Bengkel Astra Otoparts	10
Tabel 1.3. Tabel Geografis Konsumen Bengkel Astra Otoparts.....	10
Tabel 1.4. Tabel Psikografis Konsumen Bengkel Astra Otoparts	10
Tabel 1.5. Tabel Behavioral Konsumen Bengkel Astra Otoparts	11
Tabel 2.1. Profile & Logo Shop&Drive.....	21
Tabel 2.2. Profile & Logo Shop&Bike	21
Tabel 2.3. Profile & Logo Aspira Motoquick & Motoquick	22
Tabel 2.4. Profile & Logo Astra Otoservice	23
Tabel 3.1. Tugas Peserta Magang	30
Tabel 3.2. <i>Timeline Daily Task</i> Peserta Magang.....	31
Tabel 3.3. <i>Timeline Project Based Task</i> Peserta Magang.....	32



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Grafik Penjualan Motor Wholesale di Indonesia	1
Gambar 1.2. Grafik Penjualan Mobil Wholesale di Indonesia	2
Gambar 1.3. Grafik Popularitas Platform Media Sosial di Indonesia.....	8
Gambar 2.1. Logo Perusahaan	18
Gambar 2.2. Lingkup Bisnis Perusahaan	19
Gambar 2.3. Struktur Organisasi Perusahaan	24
Gambar 2.4. Struktur Fungsi Retail Perusahaan	25
Gambar 3.1. Alur Kerja Magang	27
Gambar 3.2.1. Hasil <i>Copywriting Advertising</i> Peserta Magang	34
Gambar 3.2.2. Hasil <i>Advertising</i> Baliho AstraLand Peserta Magang.....	34
Gambar 3.2.3. Hasil <i>Advertising</i> Desain <i>Paid Promote</i> Peserta Magang.....	35
Gambar 3.2.4. Hasil <i>Database</i> Kanal Media Sosial Berbayar secara Geografis ..	35
Gambar 3.3.1. Dokumentasi KOL yang Meliput Acara Merek	38
Gambar 3.3.2. Hasil <i>Database</i> KOL 2W & 4W	38
Gambar 3.3.3. Hasil Ulasan MPR.....	39
Gambar 3.4.1. Hasil <i>Copywriting</i> WhatsApp <i>Blast Messages</i>	41
Gambar 3.4.2. Hasil Media Digital WhatsApp & Email Blast Messages	41
Gambar 3.5.1. Message House Sosial Media Shop&Drive	44
Gambar 3.5.2. Pilar <i>Education</i> Social Media.....	45
Gambar 3.5.3. Pilar <i>Product Knowledge</i> Social Media	45
Gambar 3.5.4. Pilar <i>Promotion</i> Social Media	46
Gambar 3.5.5. Pilar <i>Interactive</i> Social Media.....	46
Gambar 3.5.6. Contoh <i>Brief</i> Sosial Media	47
Gambar 3.5.7. Hasil <i>Copywriting</i> & Desain Sosial Media	47
Gambar 3.5.8. Dokumentasi <i>Media Placement Paid Promote</i>	48
Gambar 3.6.1. Contoh <i>Brief</i> Produksi Material POSM	50
Gambar 3.6.2. Hasil Produksi Material POSM.....	51
Gambar 3.7.1. Video <i>Talent</i> Instagram Reels	53
Gambar 3.7.2. Profil Perusahaan.....	53
Gambar 3.7.3. Artikel untuk Merek 4W & 2W	54

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Surat Pengantar Magang (KM-01)	xvi
Lampiran B. Surat Penerimaan Magang (LOA)	xvii
Lampiran C. Lembar Daily Tasks (KM-03)	xix
Lampiran D. Lembar Kehadiran Kerja Magang (KM04)	xxv
Lampiran E. Lembar Verifikasi Laporan Magang	xxviii
Lampiran F. Lembar Formulir Konsultasi Magang	xxix
Lampiran G. Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin	xxxi
Lampiran H. Curriculum Vitae	xxxv

