

**PERAN MARKETING INTERN DALAM DIVISI MARKETING
GERMANY BRILLIANT SANITARYWARE**



LAPORAN MAGANG

TARA PUSPITA

00000065113

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

2025

**PERAN MARKETING INTERN DALAM DIVISI MARKETING
GERMANY BRILLIANT SANITARYWARE**



LAPORAN MAGANG

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

Tara Puspita

00000065113

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Tara Puspita

Nomor Induk Mahasiswa : 00000065113

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

**PERAN MARKETING INTERN DALAM DIVISI MARKETING
GERMANY BRILLIANT SANITARYWARE**

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 magang maupun dalam peserta magangan laporan magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 26 Juni 2025



Tara Puspita

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

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan Magang dengan judul
**PERAN MARKETING INTERN DALAM DIVISI MARKETING
GERMANY BRILLIANT SANITARYWARE**

Oleh
Nama : Tara Puspita
NIM : 00000065113
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

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

Pembimbing



Dr. Kristina Nurhayati, M.I.Kom
NIDN 0319018506

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Irwan Fakhruddin

2025.06.27

09:55:02 +07'00'

2025.001.20531

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**PERAN MARKETING INTERN DALAM DIVISI MARKETING
GERMANY BRILLIANT SANITARYWARE**

Oleh

Nama : Tara Puspita
NIM : 00000065113
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Jumat, 11 Juli 2025
Pukul 15.00 s.d 16.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

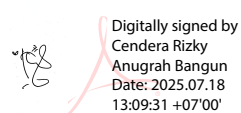
Ketua Sidang



Dr. Kristina Nurhayati, M.I.Kom

NIDN 0304078404

Penguji


Digitally signed by
Cendera Rizky
Anugrah Bangun
Date: 2025.07.18
13:09:31 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun,

S.Sos., M.Si.

NIDN 0304078404

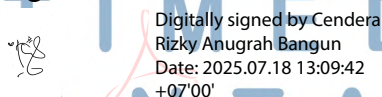
Pembimbing



Dr. Kristina Nurhayati, M.I.Kom

NIDN 0319018506

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Digitally signed by Cendera
Rizky Anugrah Bangun
Date: 2025.07.18 13:09:42
+07'00'

Cendera Rizky Anugrah 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 : Tara Puspita
NIM : 00000065113
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 Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PERAN MARKETING INTERN DALAM DIVISI MARKETING GERMANY BRILLIANT SANITARYWARE

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan laporan magang saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peserta magang/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 26 Juni 2025

Yang menyatakan,



Tara Puspita

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

KATA PENGANTAR

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

“Peran Marketing Intern dalam Divisi Marketing Germany Brilliant Sanitaryware” 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 sepenuhnya bahwa laporan magang ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, baik selama masa studi maupun proses penyusunannya. Oleh karena itu, saya menyampaikan terima kasih kepada:

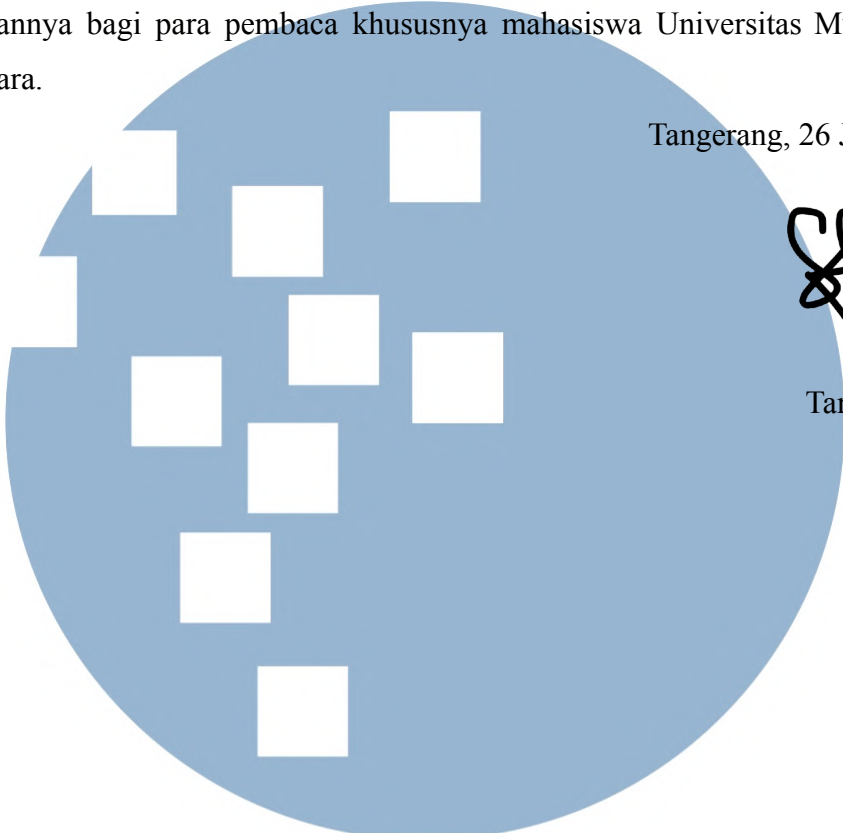
1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara
4. Ibu Dr. Kristina Nurhayati, M.I.Kom sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Bapak/Ibu Dosen selaku Ketua Sidang dan Bapak/Ibu Dosen selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral
7. Supervisor dan tim Germany Brilliant yang telah membimbing dan memberikan pengalaman baru di dunia kerja.

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

Tangerang, 26 Juni 2025



Tara Puspita



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERAN MARKETING INTERN DALAM DIVISI MARKETING GERMANY BRILLIANT SANITARYWARE

Tara Puspita

ABSTRAK

Pesatnya pertumbuhan industri konstruksi dan properti di Indonesia turut mendorong meningkatnya kebutuhan terhadap produk sanitary, termasuk mendorong kompetisi antar brand untuk menerapkan strategi pemasaran yang lebih efektif. Laporan magang ini disusun berdasarkan pengalaman peserta magang sebagai Marketing Intern di divisi Marketing Germany Brilliant Sanitaryware (GB), sebuah perusahaan lokal yang bergerak di bidang perlengkapan kamar mandi dan dapur. Tujuan dari pelaksanaan magang ini adalah untuk mengimplementasikan pengetahuan yang telah diperoleh selama masa perkuliahan, terutama di bidang komunikasi pemasaran. peserta magang terlibat dalam berbagai aktivitas seperti kolaborasi dengan *Key Opinion Leader* (KOL), pengelolaan iklan berbayar melalui akun Instagram media lokal, pelaksanaan *event* pameran, serta koordinasi program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Konsep yang digunakan dalam laporan ini mengacu pada konsep *promotion mix* menurut Kotler dan Armstrong (2018), yang mencakup *advertising*, *sales promotion*, *public relations*, *personal selling*, dan *direct & digital marketing*. Kendala yang dihadapi selama magang mencakup keterbatasan wewenang dalam proses negosiasi serta minimnya pengalaman teknis dalam pelaksanaan *event*. Namun, melalui pendekatan proaktif dan kolaboratif, peserta magang berhasil beradaptasi dan memberikan kontribusi nyata dalam strategi pemasaran Germany Brilliant.

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran, *Promotion Mix*, *Digital Marketing*

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

PERAN MARKETING INTERN DALAM DIVISI MARKETING GERMANY BRILLIANT SANITARYWARE

Tara Puspita

ABSTRACT

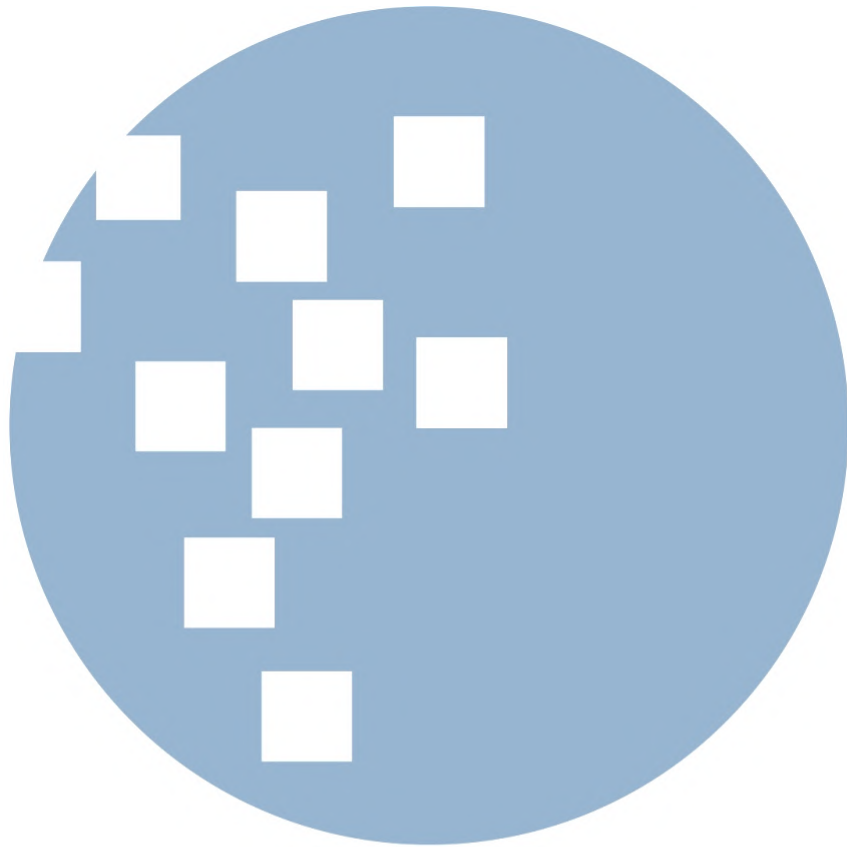
The rapid growth of the construction and property industries in Indonesia has driven an increased demand for sanitary products, as well as heightened competition among brands to implement more effective marketing strategies. This internship report is based on the author's experience as a Marketing Intern in the Marketing Division of Germany Brilliant Sanitaryware (GB), a local company specializing in bathroom and kitchen fixtures. The purpose of this internship was to implement the knowledge gained during university, particularly in the field of marketing communication. The author was involved in various activities such as collaborating with Key Opinion Leaders (KOLs), managing paid advertisements through local Instagram media accounts, executing exhibition events, and coordinating the company's Corporate Social Responsibility (CSR) program. The theoretical foundation of this report refers to the promotion mix concept by Kotler and Armstrong (2018), which includes advertising, sales promotion, public relations, personal selling, and direct & digital marketing. The challenges faced during the internship included limited authority in negotiation processes and a lack of technical experience in event execution. However, through a proactive and collaborative approach, the author successfully adapted and made meaningful contributions to Germany Brilliant's marketing strategy.

Keywords: *Marketing Communication, Promotion Mix, Digital Marketing*

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 PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang	3
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	4
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	4
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	4
BAB II	
GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI	7
2.1 Tentang Germany Brilliant	7
2.2 Visi Misi Germany Brilliant	8
2.3 Struktur Organisasi Germany Brilliant	9
BAB III	
PELAKSANAAN KERJA MAGANG	13
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang	13
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang	13
3.2.1 Tugas Kerja Magang	14
3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang	16
3.2.3 Kendala Utama	32
3.2.4 Solusi	33
BAB IV	
SIMPULAN DAN SARAN	34
4.1 Simpulan	34
4.2 Saran	36
DAFTAR PUSTAKA	38

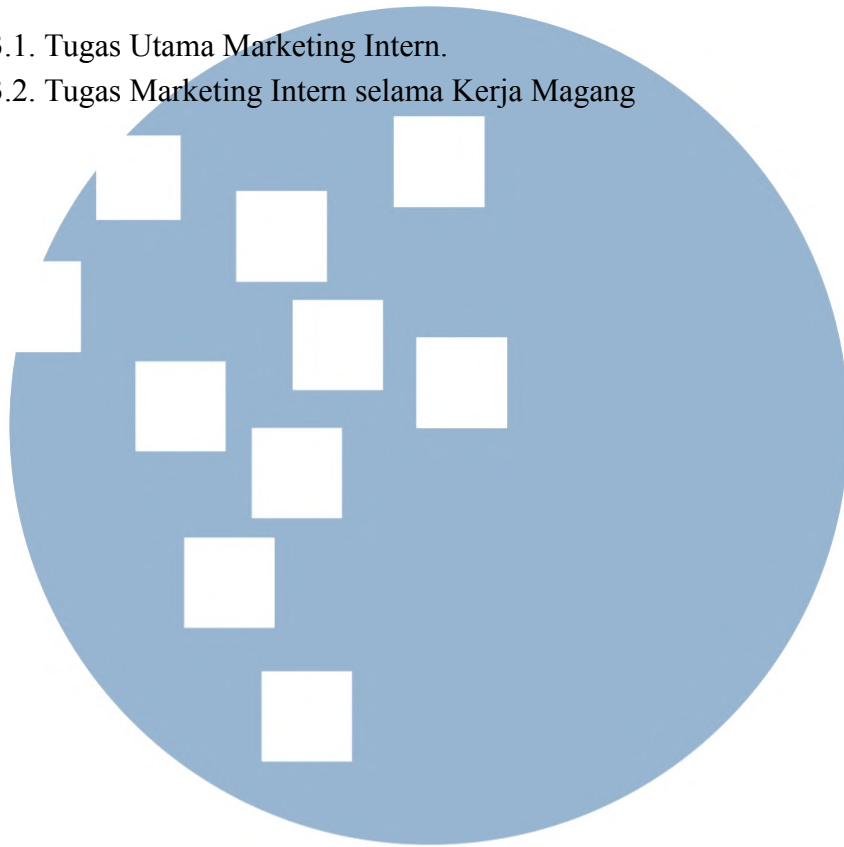


UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Tugas Utama Marketing Intern.	15
Tabel 3.2. Tugas Marketing Intern selama Kerja Magang	15



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Data Pertumbuhan Indeks Pasokan Kategori sewa dan Kategori Jual	6
Gambar 2.1. Logo Germany Brilliant	7
Gambar 2.2. Struktur Organisasi Umum PT. Golden Brilliant Sanitaryware	9
Gambar 2.3. Struktur Organisasi Departemen Marketing	10
Gambar 3.1. Tangkapan Layar Data Selebgram per Provinsi	17
Gambar 3.2. Tangkapan Layar Deck Identifikasi KOL & Realisasi	19
Gambar 3.3. Tangkapan Layar Komunikasi peserta magang dengan KOL	20
Gambar 3.4. Tangkapan Layar Contoh Data Akun Instagram Media Lokal Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam	22
Gambar 3.5. Jadwal CSR GB-Love: Gerakan Peduli Baduy	25
Gambar 3.6. Saung Cai Hasil CSR GB-Love : Gerakan Peduli Baduy	26
Gambar 3.7. Proses Briefing dengan @sartibaduy_official	27
Gambar 3.8. Challenge Memecahkan Brilliant Mirror dengan Palu	29
Gambar 3.9. Tangkapan Layar Konten Instagram Story selama Pameran	30
Gambar 3.10. Tangkapan Layar saat Live TikTok	32



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Pengantar MBKM-01	40
Lampiran B Kartu MBKM-02	41
Lampiran C Daily Task MBKM-03	42
Lampiran D Lembar Verifikasi Laporan MBKM-04	52
Lampiran E Formulir Bimbingan Magang	53
Lampiran F Surat Penerimaan MBKM (LoA)	54
Lampiran G Pengecekan Hasil Turnitin	55

