

**AKTIVITAS BRAND MARKETING INTERN DI
GROWTH CENTER "KOMPAS GRAMEDIA"**



LAPORAN MAGANG

FREDERICK RADITYA PRIYA ANANTA

00000069158

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

2025

**AKTIVITAS BRAND MARKETING INTERN DI
GROWTH CENTER "KOMPAS GRAMEDIA"**



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

Frederick Raaditya Priya Ananta

00000069158

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Frederick Raditya Priya Ananta

Nomor Induk Mahasiswa : 00000069158

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

AKTIVITAS BRAND MARKETING INTERN DI GROWTH CENTER "KOMPAS GRAMEDIA"

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

Tangerang, 29 Juni 2025



U N I V E R S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Frederick Raditya Priya Ananta

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**AKTIVITAS BRAND MARKETING INTERN DI
GROWTH CENTER "KOMPAS GRAMEDIA"**

Oleh

Nama : Frederick Raditya Priya Ananta
NIM : 00000069158
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 8 Juli 2025

Pukul 16.00 s/d 17.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Bonifacius Hendar Putranto, S.S., M.Hum.
NIDN 0407047904

Penguji



Digitally signed
by Fakhriy
Dinansyah
Date: 2025.07.15
15:20:58 +07'00'
Fakhriy Dinansyah, M.M., M.I.Kom.,
NIDN 0304039001

Pembimbing



Bonifacius Hendar Putranto, S.S., M.Hum.
NIDN 0407047904

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugrah Bangun, 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 : Frederick Raditya Priya Ananta

NIM 00000069158

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya Ilmiah : Laporan MBKM

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 BRAND MARKETING INTERN DI GROWTH CENTER "KOMPAS GRAMEDIA"

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 penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 29 Juni 2025

Yang menyatakan,



Frederick Raditya Priya Ananta

U N I V E R S I T A
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 penulisan laporan magang ini dengan judul:

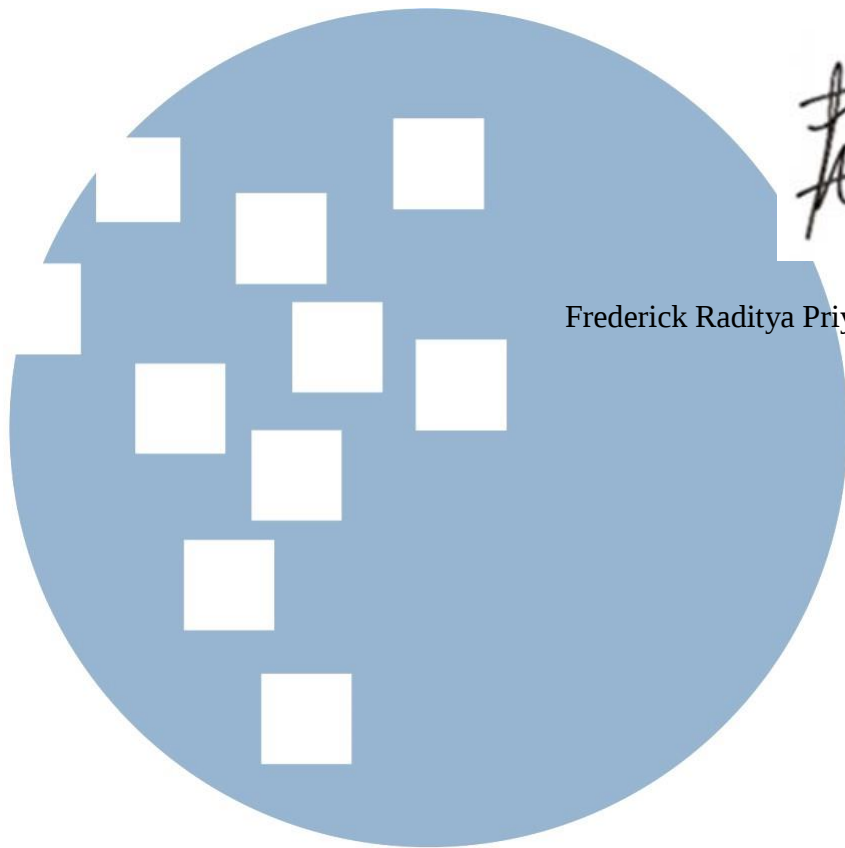
AKTIVITAS BRAND MARKETING INTERN DI GROWTH CENTER "KOMPAS GRAMEDIA"

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. Bapak Dr. Hendar Putranto, M. Hum. selaku dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan magang ini.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga saya dapat menyelesaikan laporan magang ini
6. Supervisor, dan seluruh staff di Growth Center Kompas Gramedia yang telah memberikan dukungan dan motivasi, sehingga dapat menyelesaikan laporan magang ini.

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

Tangerang, 29 Juni 2025



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Frederick Raditya Priya Ananta'.

Frederick Raditya Priya Ananta

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

AKTIVITAS BRAND MARKETING INTERN DI GROWTH CENTER "KOMPAS GRAMEDIA"

Frederick Raditya Priya Ananta

ABSTRAK

Latar belakang pemilihan tempat magang adalah semakin berkembangnya tren pemasaran digital yang menuntut setiap organisasi untuk memiliki strategi komunikasi yang adaptif dan kreatif. Tujuan dari kerja magang ini adalah untuk mengimplementasikan konsep brand marketing pada Growth Center “Kompas Gramedia”. Growth Center merupakan unit di bawah naungan Kompas Gramedia yang berfokus pada pengembangan potensi individu melalui produk-produk berbasis teknologi dan edukasi. Posisi yang diambil dalam kegiatan magang adalah Brand Marketing Intern yang berada di bawah Departemen Kreatif. Tugas utama dalam posisi ini meliputi pembuatan ide konten, perencanaan kalender konten media sosial, hingga penulisan naskah iklan yang sesuai dengan karakteristik target audiens. Konsep yang digunakan dalam laporan magang ini adalah konsep komunikasi pemasaran digital. Kendala utama dalam proses kerja magang adalah menjaga konsistensi brand voice dalam berbagai kanal komunikasi serta menyesuaikan strategi konten dengan dinamika audiens. Disimpulkan bahwa pekerjaan magang ini mampu mengembangkan keterampilan dalam berpikir kreatif, komunikasi visual, serta penyusunan strategi pemasaran berbasis data.

Kata kunci: Brand Marketing, Komunikasi Pemasaran, Media Sosial, Konten Digital

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Aktivitas Brand Marketing Intern di Growth Center "Kompas Gramedia"

Frederick Raditya Priya Ananta

ABSTRACT

The background of choosing the internship location is the rapid development of digital marketing trends, which require organizations to adopt adaptive and creative communication strategies. The objective of this internship is to implement the concept of brand marketing at the Growth Center of "Kompas Gramedia". The Growth Center is a unit under Kompas Gramedia that focuses on individual potential development through technology- and education-based products. The position undertaken during the internship was Brand Marketing Intern under the Creative Department. The main tasks included generating content ideas, planning social media content calendars, and writing advertising scripts tailored to the target audience. The conceptual framework used in this internship report is digital marketing communication. The main challenge encountered was maintaining brand voice consistency across various communication channels and adapting content strategies to the audience's dynamics. It is concluded that the internship has successfully developed skills in creative thinking, visual communication, and data-driven marketing strategy formulation.

Keywords: Brand Marketing, Marketing Communication, Social Media, Digital Content

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	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	ii
KATA PENGANTAR	iiv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Kerja Magang	1
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	6
1.3.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kerja Magang	6
BAB II GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI	10
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	10
2.2 Visi Misi Perusahaan	13
2.3 Struktur Organisasi Perusahaan	16
2.3 Lingkungan Kerja & Budaya Kerja	22
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	29
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang	29

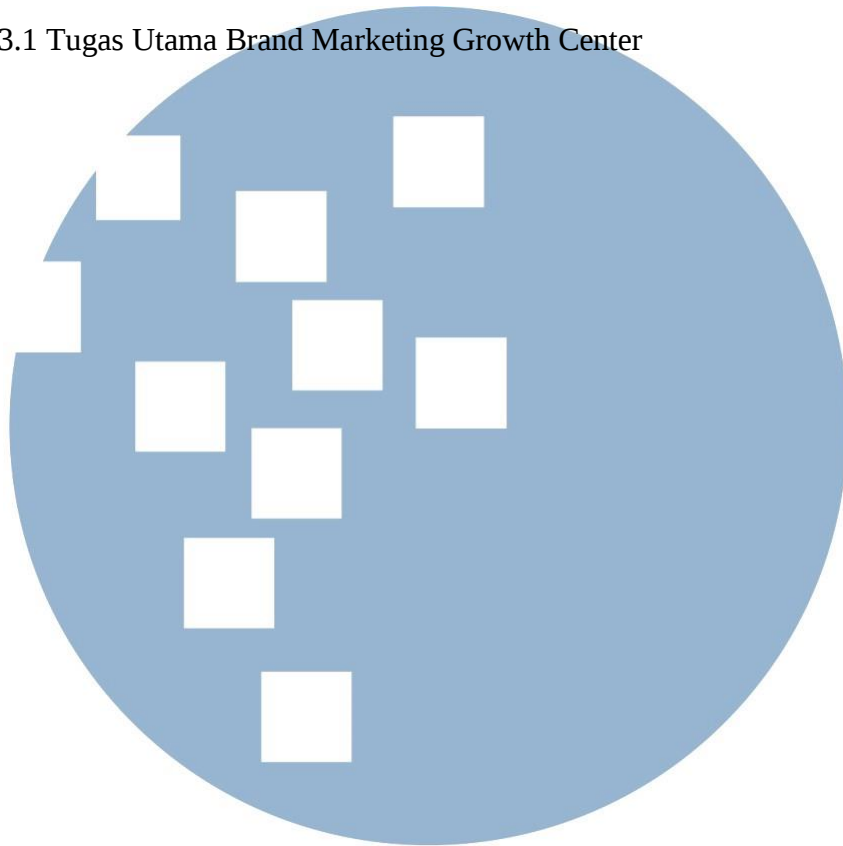
3.2	Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang	30
3.2.3	Kendala Utama	69
3.2.4	Solusi	70
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN		71
4.1	Simpulan	71
4.2	Saran	71
LAMPIRAN		74



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas Utama Brand Marketing Growth Center

32



UMN

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 GAMBAR

Gambar 2.1. Logo Growth Center	10
Gambar 2.1.2 Logo Kognisi	11
Gambar 2.3.1 Struktur Sub-bisnis Corporate Human Resources (Growth Center)	16
Gambar 2.3.2 Struktur Sub-bisnis (Growth Center)	17
Gambar 3.1.1 Struktur Organisasi (Growth Center)	32
Gambar 3.2 <i>Social media activity schedule Growth Center</i>	39
Gambar 3.3 Konten yang tidak sesuai dengan Planning Content	41
Gambar 3.4 Berita Lowongan Pekerjaan atau Info Loker di Growth Center Kompas Gramedia	44
Gambar 3.5 Event Acara Project Ehon dari PT Sumitomo Indonesia dibikin oleh Growth Center Kompas Gramedia	45
Gambar 3.6 Contoh <i>Script Konten</i> Sumber: (Data Olahan Laporan Magang)	48
Gambar 3.7 Audiens menjadi tertarik dengan konten (Info Loker)	49
Gambar 3.8 Audiens menjadi tertarik dan komen di postingan Info Loker Kerjaan	51
Gambar 3.9 Peningkatan <i>Followers</i> Lewat 1 Video Saja Sumber: (Data Olahan Laporan Magang, 2025)	53
Gambar 3.10 Demografi Usia Pengguna Instagram di Dunia (2022)	53
Gambar 3.11 Serangkaian Tahapan Approval Konten Upload di Instagram	54
Gambar 3.12 Serangkaian Tahapan Approval Konten Upload di Instagram	55
Gambar 3.13 Serangkaian Tahapan Approval Konten Upload di Instagram	56
Gambar 3.14 Proses Koordinasi Revisi Desain dengan Tim Design (WhatsApp Chat)	57
Gambar 3.15 Jadwal Meeting Breafing event Rajut Rasa Pembekalan Karyawan Baru.	62

Gambar 3.16 Acara Pembekalan nilai - nilai Kompas Gramedia kepada Karyawan Baru dilaksanakan secara Offline Di Gramedia 62

Gambar: 3.17 Agenda *Event & Partnership* Sumber: Agenda Event Data Olahan Laporan Magang 64

Gambar: 3.18 Pembekalan nilai - nilai Kompas Gramedia oleh *General Manager* Gramedia

Sumber: Dokumentasi Pembekalan nilai - nilai Kompas Gramedia 66





DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pengantar MBKM (MBKM 01)	76
Lampiran 2 Surat Penerimaan Magang	77
Lampiran 3 Kartu MBKM (MBKM 02)	78
Lampiran 4 Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04)	79
Lampiran 5 Daily Task	80
Lampiran 6 Pengecekan Hasil Turnitin	103
Lampiran 7 Form Konsultasi Bimbingan	104

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA