

AKTIVITAS BRAND ACTIVATION DI PT LION SUPER INDO



**DANIEL .
00000065917**

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

2025

AKTIVITAS BRAND ACTIVATION DI PT LION SUPER INDO



LAPORAN MAGANG

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Komunikasi Strategis

DANIEL .
00000065917

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Daniel .

Nomor Induk Mahasiswa 00000065917

Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

AKTIVITAS BRAND ACTIVATION DI PT LION SUPER INDO

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah atau laporan 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 Magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 24 Juni 2025



Daniel .

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul

AKTIVITAS BRAND ACTIVATION DI PT LION SUPER INDO

Oleh

Nama : Daniel .

NIM : 00000065917

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 10 Juli 2025

Pukul 08.00 s/d 09.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut

Ketua Sidang



Charlie Tjokrodinata, S.Kom., M.Sc

NIDN 0324098002

Penguji



Asep Sutresna, S.I.Kom., M.A.

NIDN 0307126303

Pembimbing



Charlie Tjokrodinata, S.Kom., M.Sc

NIDN 0324098002

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Digitally signed by
Cendera Rizky Anugrah
Bangun

Date: 2025.07.21
14:59:56 +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 : Daniel .

NIM 00000065917

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 BRAND ACTIVATION DI PT LION SUPER INDO

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, 24 Juni 2025

Yang menyatakan,



Daniel .

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan Magang ini dengan judul: **“Aktivitas Brand Activation Di PT Lion Super Indo”** dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi 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. 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, S.Sos., M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Charlie Tjokrodinata, S.Kom., M.Sc, sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya laporan magang ini.
5. Bapak/Ibu Dosen selaku Ketua Sidang dan Bapak/Ibu Dosen selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Teman kampus, teman gereja, supervisor serta senior yang ada di PT Lion Super Indo yang memberikan semangat untuk menyelesaikan tugas serta laporan kerja magang.
7. Keluarga dan teman-teman penulis yang memberikan dukungan, masukan, serta doa kepada penulis dari dimulainya pelaksanaan praktik kerja magang hingga selesai.
8. Semua pihak yang secara tidak langsung membantu penulis selama melaksanakan praktik kerja magang hingga penulisan laporan magang yang tidak bisa penulis sebut satu-satu.

Penulis menyadari bahwa laporan ini tidak sempurna. Karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran untuk meningkatkan laporan ini adalah masa depan. Penulis berharap bahwa laporan magang ini tidak hanya bermanfaat sebagai syarat kelulusan, tetapi juga dapat berguna sebagai acuan dan tambahan pengetahuan bagi teman-teman yang ingin melakukan magang di PT Lion Super Indo.

Tangerang, 24 Juni 2025



Daniel .



AKTIVITAS BRAND ACTIVATION DI PT LION SUPER INDO

Daniel .

ABSTRAK

Perkembangan industri ritel di Indonesia terkhususnya supermarket semakin pesat dan dinamis. Memasuki dekade ketiga abad ke-21, sektor supermarket menghadapi tantangan besar berupa perubahan perilaku konsumen, penurunan daya beli, serta persaingan yang semakin ketat. Tidak hanya dipengaruhi oleh tren konsumen dan kompetisi pasar, tantangan ini juga didorong oleh faktor ekonomi global dan kemajuan teknologi internet yang secara signifikan mengubah pola dan preferensi belanja masyarakat. Konsumen kini lebih selektif dalam pengeluaran, mengutamakan produk bernilai tinggi, dan mengharapkan pengalaman berbelanja yang menyenangkan serta interaktif. Menjawab tantangan yang ada, aktivitas *event activation* menjadi strategi penting bagi perusahaan seperti Super Indo untuk menciptakan pengalaman belanja yang berkesan dan interaktif. Laporan magang ini membahas pengalaman penulis sebagai *event activation Intern* di PT Lion Super Indo dengan fokus pada perencanaan dan pelaksanaan *event activation*. Selama magang, penulis menghadapi kendala seperti keterbatasan tenaga kerja, lambatnya proses koordinasi dan *approval*, serta waktu persiapan materi yang singkat. Solusi yang diterapkan meliputi penyesuaian *timeline*, komunikasi proaktif, dan pembelajaran mandiri. Pengalaman ini memperkuat pemahaman penulis tentang pentingnya kolaborasi tim, manajemen waktu, dan strategi komunikasi efektif dalam mendukung keberhasilan *event activation* di sektor ritel.

Kata kunci: *brand activation, activation, event, marketing*, perencanaan, ritel, Super Indo

BRAND ACTIVATION ACTIVITY AT PT LION SUPER INDO

Daniel .

ABSTRACT (English)

The development of the retail industry in Indonesia, especially supermarkets, is increasingly rapid and dynamic. Entering the third decade of the 21st century, the supermarket sector faces major challenges in the form of changes in consumer behavior, decreasing purchasing power, and increasingly tight competition. Not only influenced by consumer trends and market competition, these challenges are also driven by global economic factors and advances in internet technology that have significantly changed people's shopping patterns and preferences. Consumers are now more selective in spending, prioritizing high-value products, and expecting a pleasant and interactive shopping experience. Responding to existing challenges, event activation activities have become an important strategy for companies such as Super Indo to create a memorable and interactive shopping experience. This internship report discusses the author's experience as an event activation Intern at PT Lion Super Indo with a focus on planning and implementing event activation. During the internship, the author faced obstacles such as limited manpower, slow coordination and approval processes, and short material preparation time. The solutions implemented include timeline adjustments, proactive communication, and independent learning. This experience strengthens the author's understanding of the importance of team collaboration, time management, and effective communication strategies in supporting the success of event activation in the retail sector.

Keywords: *brand activation, activation event , marketing, planning, retail, Super Indo*

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	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
 BAB I	
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang	4
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	5
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	5
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	5
 BAB II	
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	7
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan PT Lion Super Indo	7
2.2 Visi Misi	9
2.3 Struktur Organisasi Perusahaan	9
 BAB III	
PELAKSANAAN KERJA MAGANG	14
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	15
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	16

3.2.1 Tugas Kerja Magang	17
3.2.2 Uraian Kerja Magang	19
3.2.3 Tugas Tambahan	43
3.3 Kendala yang Ditemukan	47
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	48
BAB IV	
SIMPULAN DAN SARAN	49
4.1 Simpulan	49
4.2 Saran	50
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN	54



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas Kerja Magang

16

Tabel 3.2 Timeline Kerja Magang

17



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Super Indo	7
Gambar 2.2 Logo Private Brand Super Indo	8
Gambar 2.3 Struktur Organisasi Super Indo	9
Gambar 2.4 Struktur Organisasi Divisi Marketing Super Indo	13
Gambar 3.1 Gambar Fase Event Management Process	20
Gambar 3.2 Gambar Pencarian Referensi Event	21
Gambar 3.3 Pencarian informasi dan relevansi event Shopping Race 2025	22
Gambar 3.4 Kontak dengan tim manajemen Ustadz Zacky M.	23
Gambar 3.5 Hasil Brainstorming Strategic Planning Brief Valentine & Ramadan	25
Gambar 3.6 Dokumentasi creative brief materi komunikasi media sosial 3 event	27
Gambar 3.7 Dokumentasi key visual materi komunikasi media sosial	28
Gambar 3.8 Pembuatan <i>Caption</i> konten media sosial	28
Gambar 3.9 Tanggal pelaksanaan <i>event (timing)</i>	31
Gambar 3.10 Pembuatan Mekanisme Acara	32
Gambar 3.11 Rundown Super Fun Holiday Mom & Kids	33
Gambar 3.12 Group Koordinasi (Whatsapp)	34
Gambar 3.13 Koordinasi Acara Shopping Race Special Valentine	36
Gambar 3.14 Rekap Feedback Shopping Race Special Valentine	38
Gambar 3.15 Video rekap Shopping Race Special Valentine	38
Gambar 3.16 Event Report S.R Special Valentine	39
Gambar 3.17 Event Report Ngabuburit Bareng MSC 2025	40
Gambar 3.18 Rekap video Ngabuburit Bareng MSC 2025	41
Gambar 3.19 Event Report Super Fun Holiday Mom & Kids	42
Gambar 3.20 Publisitas Media Berita Super Fun Holiday Mom & Kids	42
Gambar 3.21 Bukti Jadi Talent Konten	43
Gambar 3.22 Peran Operator Live Instagram	44
Gambar 3.23 Data Base Pemenang IG Live	45
Gambar 3.24 Screenshot Username Pemenang IG Live	45

DAFTAR LAMPIRAN

A. Surat Pengantar Magang – MBKM 01	54
B. Kartu Magang Internship Track 1 Card - MBKM 02	56
C. Surat Penerimaan Magang (Letter of Acceptance)	57
D. Daily Task Magang - MBKM 03	58
E. Lembar Verifikasi Laporan Magang - MBKM 04	88
F. Formulir Konsultasi Magang	89
G. Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin	90
H. Curriculum Vitae	94
I. Hasil - Hasil Karya Magang	96