

**PERAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT*  
DI PT GLOBAL LOYALTY INDONESIA**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN MAGANG**

**LAURA  
0000007728**

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

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Laura

Nomor Induk Mahasiswa : 00000077728

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

### **“PERAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DI PT GLOBAL LOYALTY 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 magang maupun dalam penulisan laporan magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 16 Juni 2025



Laura

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul  
**PERAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DI PT GLOBAL LOYALTY  
INDONESIA**

Oleh

Nama : Laura  
NIM : 00000077728  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 8 Juli 2025  
Pukul 09.00 s.d 10.00 dan dinyatakan  
**LULUS**

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

  
**Dr. Arsa Widitiarsa Utoyo, S. T., M.Sn.**  
**NIDN 0313068201**

Penguji

  
Digitally signed by  
Fakhriy Dinansyah  
Date: 2025.07.16  
09:14:30 + 07'00'  
**Fakhriy Dinansyah, M.M., M.I.Kom.**  
**NIDN 0304039001**

Pembimbing

  
**Dr. Arsa Widitiarsa Utoyo, S. T., M.Sn**  
**NIDN 0313068201**

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

  
Digitally signed by  
Cendera Rizky Anugrah  
Bangun  
Date: 2025.07.16  
17:49:40 +07'00'  
**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 : Laura  
NIM : 00000077728  
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 *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DI PT GLOBAL LOYALTY INDONESIA”**

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, 16 Juni 2025

Yang menyatakan,



Laura

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 penulisan laporan magang ini dengan judul:

**“PERAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT* DI PT GLOBAL LOYALTY INDONESIA”**

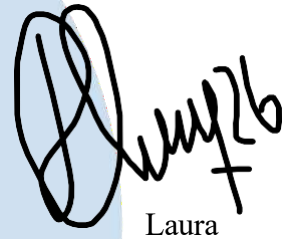
dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari sepenuhnya bahwa laporan magang ini tidak mungkin diselesaikan tanpa dukungan dan bimbingan dari berbagai 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. Arsa Widitiarsa Utoyo, S.T., M.Sn. 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.

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

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

Tangerang, 16 Juni 2025



Laura

UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**PERAN *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT***  
**DI PT GLOBAL LOYALTY INDONESIA**

Laura

**ABSTRAK**

Pemilihan tempat magang didasarkan pada Industri Ritel yang kini telah merambah ke dunia digital, memberikan kemudahan akses pemasaran produk hingga ke berbagai wilayah, mulai dari daerah urban dan sub urban sehingga memberikan kemudahan bagi masyarakat di era digitalisasi. Tujuan dari kegiatan magang adalah untuk mempelajari dan mengimplementasikan strategi untuk memastikan pelanggan loyal dengan menghadirkan program program menarik di setiap bulannya. Serta, mengimplementasikan kemampuan dan pengetahuan mengenai *customer relationship management* di PT Global Loyalty Indonesia. Perusahaan tempat magang adalah PT Global Loyalty Indonesia, salah satu perusahaan ritel berbasis digital terbesar di Indonesia dan merupakan *sister brand* PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk. Posisi magang yang dipilih adalah *Customer Relationship Management* dalam divisi *Consumer Marketing*. *Customer Relationship Management* bertanggung jawab dalam menjaga hubungan jangka panjang dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Laporan magang menggunakan beberapa konsep, yaitu konsep perusahaan ritel, konsep *copywriting*, konsep *content idea*, konsep *desain brief*, konsep *communication medium*, konsep *audio ads*. Kendala utama proses kerja magang adalah pada pembagian *jobdesk* yang kurang sesuai dengan Surat Lowongan Kerja. Setelah menjalani proses magang selama enam ratus empat puluh jam, disimpulkan bahwa dalam meningkatkan loyalitas pelanggan perlu memperhatikan banyak faktor dan menyesuaikan program dengan *needs* dan *problems* pelanggan.

**Kata kunci:** *Customer Relationship Management, Ritel, 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



# **THE ROLE OF CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT AT PT GLOBAL LOYALTY INDONESIA**

Laura

## **ABSTRACT**

*The selection of the internship location is based on the Retail Industry, which has now ventured into the digital world, providing easy access to product marketing across various regions, from urban to suburban areas, thus offering convenience to the community in the era of digitalization. The purpose of the internship is to learn and implement strategies to ensure customer loyalty by presenting attractive programs every month. Additionally, implementing skills and knowledge regarding customer relationship management at PT Global Loyalty Indonesia. The internship company is PT Global Loyalty Indonesia, one of the largest digital-based retail companies in Indonesia and a sister brand of PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk. The chosen internship position is Customer Relationship Management in the Consumer Marketing division. Customer Relationship Management is responsible for maintaining long-term relationships and enhancing customer loyalty. The internship report uses several concepts, namely the retail company concept, copywriting concept, content idea concept, design brief concept, communication medium concept, and audio ads concept. The main obstacle in the internship process is the job description allocation, which does not align with the Job Vacancy Letter. After undergoing an internship process for six hundred forty hours, it was concluded that in order to enhance customer loyalty, many factors need to be considered and the program must be adjusted to the needs and problems of the customers.*

**Keywords:** *Customer Relationship Management, Retail, Digital*

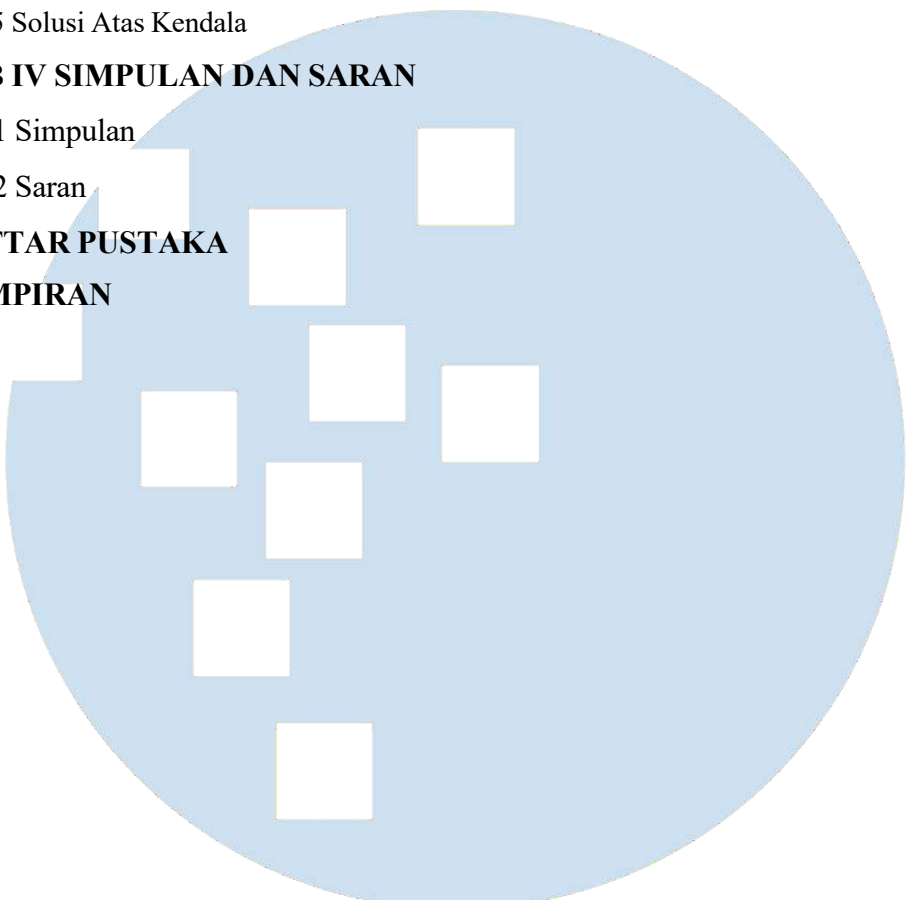
U M N  
U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A



## **DAFTAR ISI**

|                                                                                  |      |
|----------------------------------------------------------------------------------|------|
| <b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</b>                                          | i    |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN</b>                                                       | ii   |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN</b>                                                        | iii  |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK<br/>KEPENTINGAN AKADEMIS</b> | iv   |
| <b>KATA PENGANTAR</b>                                                            | v    |
| <b>ABSTRAK</b>                                                                   | vi   |
| <b><i>ABSTRACT</i></b>                                                           | vii  |
| <b>DAFTAR ISI</b>                                                                | viii |
| <b>DAFTAR TABEL</b>                                                              | x    |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b>                                                             | xi   |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b>                                                           | xii  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b>                                                         | 1    |
| 1.1 Latar Belakang                                                               | 1    |
| 1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang                                   | 4    |
| 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang                                  | 5    |
| 1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang                                             | 6    |
| 1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang                                          | 6    |
| a. Proses Administrasi Kampus (UMN)                                              | 6    |
| b. Proses Pengajuan dan Penerimaan Tempat Kerja Magang                           | 6    |
| c. Proses Pelaksanaan Praktek Kerja Magang                                       | 7    |
| d. Proses Pembuatan Laporan Tugas Kerja Magang                                   | 7    |
| <b>BAB II GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI</b>                                | 8    |
| 2.1 Sejarah Singkat PT Global Loyalty Indonesia                                  | 8    |
| 2.1.1 Visi Misi                                                                  | 10   |
| 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan                                               | 11   |
| <b>BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG</b>                                          | 13   |
| 3.1 Kedudukan dan Koordinasi                                                     | 13   |
| 3.2 Tugas dan Uraian                                                             | 14   |
| 3.3 Kesimpulan Korelasi dengan Mata Kuliah                                       | 57   |

|                                  |    |
|----------------------------------|----|
| 3.4 Kendala                      | 61 |
| 3.5 Solusi Atas Kendala          | 61 |
| <b>BAB IV SIMPULAN DAN SARAN</b> | 79 |
| 4.1 Simpulan                     | 62 |
| 4.2 Saran                        | 64 |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b>            | 67 |
| <b>LAMPIRAN</b>                  | 70 |



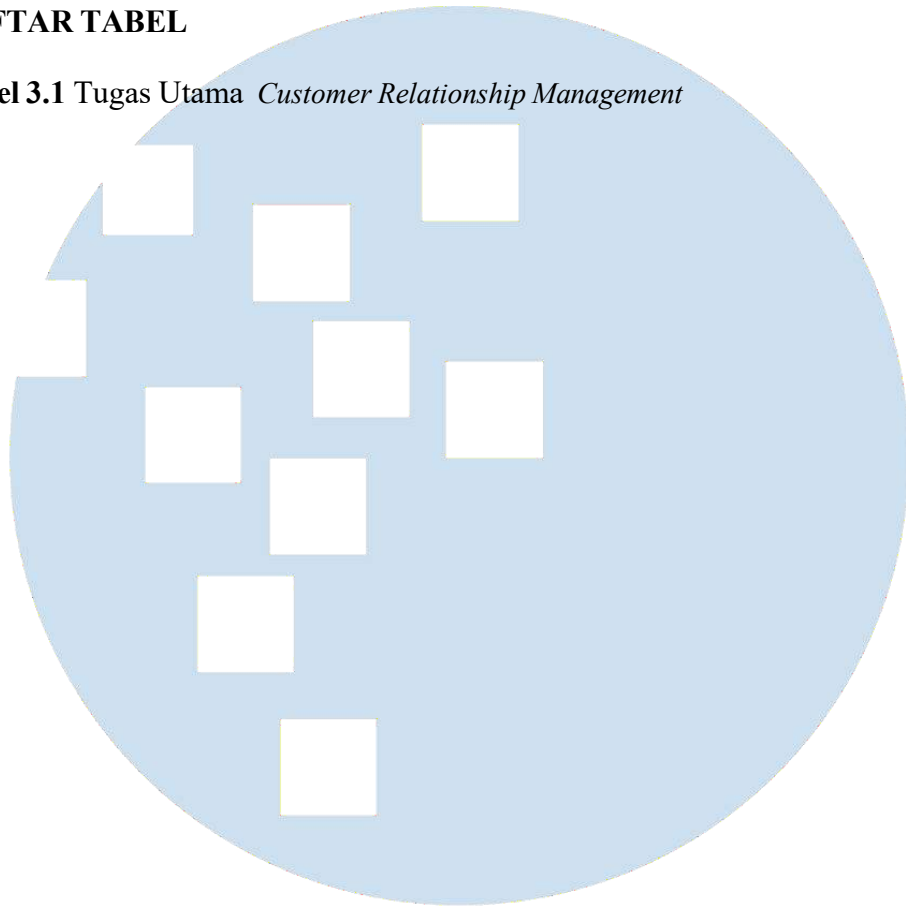
# UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR TABEL

**Tabel 3.1** Tugas Utama *Customer Relationship Management*

32



# UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                   |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Gambar 2.1</b> Logo PT. Global Loyalty Indonesia                               | 8  |
| <b>Gambar 2.5</b> Struktur Organisasi PT Global Loyalty Indonesia                 | 11 |
| <b>Gambar 3.1</b> Struktur Divisi Consumer Marketing PT. Global Loyalty Indonesia | 13 |
| <b>Gambar 3.2</b> Timeline Magang PT. Global Loyalty Indonesia                    | 15 |
| <b>Gambar 3.3</b> Email Blast                                                     | 18 |
| <b>Gambar 3.4</b> <i>Home Banner</i> Aplikasi Alfagift 2025                       | 20 |
| <b>Gambar 3.5</b> <i>Leading Subscription Video Platforms</i>                     | 22 |
| <b>Gambar 3.6</b> <i>Home Banner</i> Pinhome                                      | 23 |
| <b>Gambar 3.7</b> <i>Home Banner</i> Educa                                        | 26 |
| <b>Gambar 3.8</b> <i>Home Banner</i> WashXpress                                   | 26 |
| <b>Gambar 3.9</b> <i>File Notification Inbox</i>                                  | 30 |
| <b>Gambar 3.10</b> <i>Notification Apps</i>                                       | 30 |
| <b>Gambar 3.11</b> <i>Dummy Web</i> Canva                                         | 31 |
| <b>Gambar 3.12</b> <i>Design Brief</i> dan Predikat                               | 34 |
| <b>Gambar 3.13</b> <i>Design Brief</i> dan Predikat                               | 35 |
| <b>Gambar 3.14</b> <i>Design Brief</i> dan Predikat                               | 36 |
| <b>Gambar 3.15</b> <i>Design Brief</i> dan Predikat                               | 37 |
| <b>Gambar 3.16</b> Ide Konten <i>Go Green</i>                                     | 40 |
| <b>Gambar 3.17</b> Ide Konten <i>Alfa Driver Caring Stories</i>                   | 42 |
| <b>Gambar 3.18</b> Iklan Audio                                                    | 44 |
| <b>Gambar 3.19</b> <i>Barter Value Report</i>                                     | 48 |
| <b>Gambar 3.20</b> Dokumentasi Wawancara                                          | 50 |
| <b>Gambar 3.21</b> Dokumentasi Mudik 2025                                         | 51 |
| <b>Gambar 3.22</b> Dokumentasi <i>Event Pound Fit</i> Alfagift X Azarine          | 53 |
| <b>Gambar 3.23</b> Siaran Langsung Program Tebus Poin Vaganza                     | 56 |

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 LAMPIRAN

|                                                             |    |
|-------------------------------------------------------------|----|
| A. Surat Pengantar Magang (MBKM 01)                         | 70 |
| B. Kartu Magang (MBKM 02)                                   | 71 |
| C. Daily Task Kewirausahaan (MBKM 03)                       | 72 |
| D. Lembar Verifikasi Laporan Magang Kewirausahaan (MBKM 04) | 90 |
| E. Surat Penerimaan Magang (LoA)                            | 91 |
| F. Proses <i>Recruitment</i> Magang                         | 92 |
| G. Turnitin                                                 | 96 |

