

**AKTIVITAS DIVISI BRAND MARKETING DI PT NATURA  
PESONA MANDIRI DALAM MENINGKATKAN BRAND  
AWARENESS**



**LAPORAN MAGANG**

**CAROLINE**

**00000068194**

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

**2025**

**AKTIVITAS DIVISI BRAND MARKETING DI PT NATURA  
PESONA MANDIRI DALAM MENINGKATKAN BRAND  
AWARENESS**



**LAPORAN MAGANG**

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

**CAROLINE**

**00000068194**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2025**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Caroline

Nomor Induk Mahasiswa 00000068194

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

### **AKTIVITAS DIVISI BRAND MARKETING PT NATURA PESONA MANDIRI DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS**

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, 4 Juni 2025



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Caroline'.

Caroline

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  
**AKTIVITAS DIVISI BRAND MARKETING DI PT NATURA  
PESONA MANDIRI DALAM MENINGKATKAN BRAND  
AWARENESS**

Oleh  
Nama : Caroline  
NIM : 00000068194  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada  
Sidang Ujian Magang Universitas Multimedia Nusantara  
Tangerang, 4 Juni 2025

Pembimbing

**Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom.**  
NIDN 0327019001

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Irwan

Fakhruddin

2025.06.25

21:17:22 +07'00'

2025.001.20531

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

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul  
**AKTIVITAS DIVISI BRAND MARKETING DI PT NATURA PESONA  
MANDIRI DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS**

Oleh

Nama : Caroline  
NIM 00000068194  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 15 Juli 2025  
Pukul 15.00 s.d 16.00 dan dinyatakan  
**LULUS**

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



**Theresia Lavietha Vivrie Lolita,**  
**S.I.Kom., M.I.Kom.**

**NIDN 0327019001**

Penguji



**Dr. Kristina Nurhayati, M.I.Kom.**

**NIDN 0319018506**

Pembimbing



**Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom**

**NIDN 0327019001**

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Digitally signed by  
Cendera Rizky  
Anugrah Bangun  
Date: 2025.07.25  
12:42:34 +07'00'

**Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.**

**NIDN 030407840**

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Caroline  
NIM : 00000068194  
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:

### **AKTIVITAS DIVISI BRAND MARKETING PT NATURA PESONA MANDIRI DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS**

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, 4 Juni 2025

Yang menyatakan,



Caroline

## KATA PENGANTAR

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

**“AKTIVITAS DIVISI BRAND MARKETING PT NATURA PESONA MANDIRI DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS”** 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 Theresia Lavietha Vivrie Lolita, S.I.Kom., 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. Ibu Ellen Sean, S.I.Kom, sebagai pembimbing lapangan yang memberikan bantuan serta arahan selama aktivitas magang.
7. Kepada PT Natura Pesona Mandiri dan rekan kerja lainnya yang sudah membantu saya dan bekerja bersama dengan baik hingga akhir.
8. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, serta mendukung saya atas seluruh proses yang saya jalani.
9. Kepada seluruh orang terdekat yang selalu memberikan dukungan emosional dan moral.

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

Tangerang, 04 Juni 2025



Caroline

# AKTIVITAS DIVISI BRAND MARKETING PT NATURA PESONA MANDIRI DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS

Caroline

## ABSTRAK

PT Natura Pesona Mandiri adalah perusahaan yang bergerak di bidang *personal care* dan *wellness product* dengan sejumlah *brand* seperti Secret Garden, Bali Dancer, dan Bali Boat. Selama menjalani program magang sebagai *Brand Marketing Intern*, pemagang berperan dalam mendukung pengembangan strategi komunikasi untuk memperkenalkan dan memperkuat posisi merek di pasar. Kegiatan yang dilakukan berfokus pada pemberian ide - ide yang relevan untuk meningkatkan *brand awareness* serta memastikan pesan *brand* tersampaikan secara efektif kepada target audiens, sehingga mereka mengetahui informasi produk yang diberikan oleh merek. Kendala yang dihadapi adalah pemagang langsung bekerja untuk 3 *brand* dan lingkup pekerjaan *brand marketing* yang luas. Solusi yang dilakukan adalah membuat *to-do-list*, mengetahui skala prioritas, dan aktif bertanya. Melalui pengalaman ini, penulis memperoleh wawasan praktis mengenai peran *brand marketing* dalam membangun identitas dan persepsi *brand* secara strategis.

Kata kunci: *Brand Marketing*, *Brand Awareness*, Strategi Pemasaran, PT Natura Pesona Mandiri.



# **BRAND MARKETING DIVISION ACTIVITIES AT PT NATURA PESONA MANDIRI IN INCREASING BRAND AWARENESS**

Caroline

## **ABSTRACT**

*PT Natura Pesona Mandiri is a company engaged in the personal care and wellness product industry, with several brands such as Secret Garden, Bali Dancer, and Bali Boat. During the internship program as a Brand Marketing Intern, the intern was involved in supporting the development of communication strategies to introduce and strengthen the brand's position in the market. The activities focused on generating relevant ideas to increase brand awareness and ensuring that brand messages were effectively delivered to the target audience, so they could receive accurate information about the products. The main challenge faced was managing responsibilities across three different brands simultaneously and adapting to the broad scope of brand marketing tasks. The solutions implemented included creating daily to-do lists, setting priorities, and actively seeking guidance when needed. Through this experience, the intern gained practical insights into the role of brand marketing in strategically building brand identity and perception.*

**Keywords:** Brand Marketing, Brand Awareness, Marketing Strategic, PT Natura Pesona Mandiri



## DAFTAR ISI

|                                                                                  |             |
|----------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>HALAMAN JUDUL</b>                                                             | <b>i</b>    |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</b>                                          | <b>ii</b>   |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN</b>                                                       | <b>iii</b>  |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN</b>                                                        | <b>iv</b>   |
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK<br/>KEPENTINGAN AKADEMIS</b> | <b>v</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR</b>                                                            | <b>vi</b>   |
| <b>ABSTRAK</b>                                                                   | <b>vii</b>  |
| <b>ABSTRACT</b>                                                                  | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR ISI</b>                                                                | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL</b>                                                              | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b>                                                             | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b>                                                           | <b>xiii</b> |
| <b>BAB I</b>                                                                     |             |
| <b>PENDAHULUAN</b>                                                               | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang                                                               | 1           |
| 1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang                                   | 6           |
| 1.3 Waktu dan Pelaksanaan Kerja Magang                                           | 7           |
| 1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang                                             | 7           |
| 1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang                                          | 7           |
| <b>BAB II</b>                                                                    |             |
| <b>GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI</b>                                       | <b>10</b>   |
| 2.1 Tentang PT Natura Pesona Mandiri                                             | 10          |
| 2.2 Visi Misi PT Natura Pesona Mandiri                                           | 14          |
| 2.3 Struktur Organisasi PT Natura Pesona Mandiri                                 | 15          |
| 2.4 Struktur Organisasi Departemen Marketing                                     | 20          |
| <b>BAB III</b>                                                                   |             |
| <b>PELAKSANAAN KERJA MAGANG</b>                                                  | <b>25</b>   |
| 3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang                                                 | 25          |
| 3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang                                          | 27          |
| 3.2.1 Tugas Kerja Magang                                                         | 27          |
| 3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang                                            | 29          |
| 3.2.3 Tugas dan Pekerjaan Lainnya                                                | 46          |
| 3.2.4 Kendala Utama                                                              | 52          |
| 3.2.5 Solusi                                                                     | 53          |

|                               |           |
|-------------------------------|-----------|
| <b>BAB IV</b>                 |           |
| <b>SIMPULAN DAN SARAN</b>     | <b>54</b> |
| 4.1 Simpulan                  | 54        |
| 4.2 Saran                     | 55        |
| 4.2.1 Saran untuk Perusahaan  | 55        |
| 4.2.2 Saran untuk Universitas | 55        |
| 4.2.3 Saran untuk Mahasiswa   | 56        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b>         | <b>58</b> |
| <b>LAMPIRAN</b>               | <b>60</b> |

UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR TABEL

|                                 |    |
|---------------------------------|----|
| Tabel 3.1 Tugas Kerja Magang    | 28 |
| Tabel 3.2 Timeline Kerja Magang | 29 |

UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                              |    |
|------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 Pertumbuhan Market Beauty Indonesia                               | 3  |
| Gambar 2.1 Logo PT Natura Pesona Mandiri                                     | 10 |
| Gambar 2.2 Logo Secret Garden                                                | 12 |
| Gambar 2.3 Logo Bali Dancer                                                  | 13 |
| Gambar 2.4 Logo Bali Boat                                                    | 14 |
| Gambar 2.5 Struktur Organisasi PT Natura Pesona Mandiri                      | 16 |
| Gambar 2.6 Struktur Organisasi Departemen Marketing PT Natura Pesona Mandiri | 21 |
| Gambar 3.1 Alur Komunikasi Kerja Magang                                      | 27 |
| Gambar 3.2 Penandatanganan MoU                                               | 32 |
| Gambar 3.3 Giveaway Secret Garden x Leven Cotton                             | 32 |
| Gambar 3.4 Product Knowledge Bath Bomb                                       | 36 |
| Gambar 3.5 Konten Bali Dancer                                                | 40 |
| Gambar 3.6 Draft Script Reels Kampanye Lebaran                               | 41 |
| Gambar 3.7 Analisis tren pasar                                               | 42 |
| Gambar 3.8 Analisis Kompetitor Secret Garden                                 | 43 |
| Gambar 3.9 Analisis Kompetitor Bali Dancer                                   | 44 |
| Gambar 3.10 Memantau Produk Shoot                                            | 46 |
| Gambar 3.11 Meeting Supplier                                                 | 49 |
| Gambar 3.12 Pengujian Sample                                                 | 50 |
| Gambar 3.13 Pemilihan Desain Produk                                          | 51 |
| Gambar 3.14 Model Tangan Konten Bali Boat                                    | 52 |
| Gambar 3.15 Model Kampanye Lebaran                                           | 53 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                       |    |
|-------------------------------------------------------|----|
| A. Surat Pengantar MBKM - MBKM 0                      | 61 |
| B. Kartu MBKM - MBKM 02                               | 62 |
| C. Daily Task MBKM - MBKM 03                          | 63 |
| D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM - MBKM 04           | 64 |
| E. Formulir Konsultasi Magang                         | 65 |
| F. Surat Penerimaan MBKM                              | 66 |
| G. Dokumentasi Magang                                 | 67 |
| H. Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin                 | 68 |
| I. Semua hasil karya tugas yang dilakukan selama MBKM | 69 |
| J. <i>Curriculum Vitae</i>                            | 70 |

