

**AKTIVITAS MARKETING COMMUNICATION
PADA PT. MUSICA STUDIO'S**



LAPORAN MAGANG

NICHOLAS ANDREW TJANDRA

00000067128

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

2025

**AKTIVITAS MARKETING COMMUNICATION
PADA PT. MUSICA STUDIO'S**



LAPORAN MAGANG

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

NICHOLAS ANDREW TJANDRA

00000067128

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

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Nicholas Andrew Tjandra

Nomor Induk Mahasiswa : 00000067128

Program Studi : Komunikasi Strategis

Laporan Magang dengan judul:

***AKTIVITAS MARKETING COMMUNICATION PADA PT.
MUSICA STUDIO'S***

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, 25 Juni 2025



(Nicholas Andrew Tjandra)

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan Magang dengan judul
***AKTIVITAS MARKETING COMMUNICATION
PADA PT. MUSICA STUDIO'S***

Oleh

Nama : Nicholas Andrew Tjandra
NIM : 00000067128
Program Studi : Komunikasi Strategis
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 25 Juni 2025

Pembimbing



Azelia Faramita, S.Si., M.M.
NIDN 0308128501

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Irwan Fakhruddin



2025.06.27

09:59:33 +07'00'

2025.001.20531

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

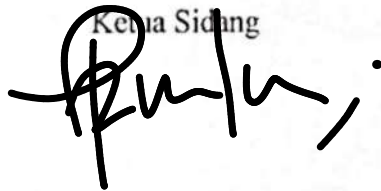
HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
***AKTIVITAS MARKETING COMMUNICATION
PADA PT. MUSICA STUDIO'S***

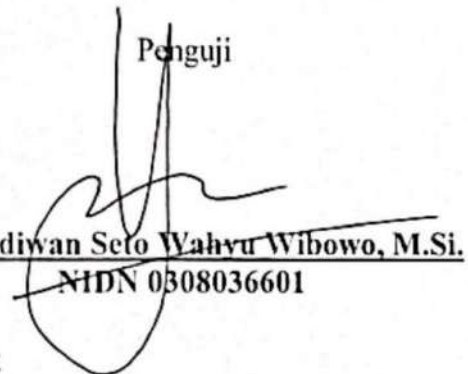
Oleh

Nama : Nicholas Andrew Tjandra
NIM : 00000067128
Program Studi : Komunikasi Strategis
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Jumat, 11 Juli
2025 Pukul 08.00 s.d 09.00 dan
dinyatakan LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang


Azelia Faramita, S.Si., M.M.
NIDN 0308128501

Penguji


Dr. Indiwana Seto Wahyu Wibowo, M.Si.
NIDN 0308036601

Pembimbing



Azelia Faramita, S.Si., M.M.
NIDN 0308128501

Ketua 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 : Nicholas Andrew Tjandra

NIM : 00000067128

Program Studi : Komunikasi Strategis

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya Ilmiah : 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 MARKETING COMMUNICATION PADA PT.
MUSICA STUDIO'S***

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalih formatkan, 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, 25 Juni 2025

Yang menyatakan,



Nicholas Andrew Tjandra

KATA PENGANTAR

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

“AKTIVITAS MARKETING COMMUNICATION PADA PT. MUSICA STUDIO’S” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar S1 Jurusan Program Studi Komunikasi Strategis 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 Azelia Faramita, S.Si., M.M. 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, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Ququ Fifi, Wak Chan, Pak Gangsar, Kak Fenny, Kak Fabianya, Kak Sellia, Kak Alfrin, Kak Resa, dan Kak Weda yang sudah membantu, membimbing, dan mengajarkan saya selama di kantor.
8. Citra Putrisha dan Tasya Maharani yang telah bersedia diajak diskusi, membantu serta memotivasi saya untuk mengerjakan laporan magang.
9. PT. Musica Studio's yang telah memberikan saya kesempatan magang dan belajar banyak wawasan baru dalam praktik dunia kerja.

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

Tangerang, 25 Juni 2025



Nicholas Andrew Tjandra



AKTIVITAS MARKETING COMMUNICATION PADA PT. MUSICA STUDIO'S

Nicholas Andrew Tjandra

ABSTRAK

Seiring dengan perkembangan teknologi dan pergeseran perilaku konsumen, strategi pemasaran dalam industri musik telah mengalami transformasi yang signifikan. Label musik perlu memanfaatkan berbagai strategi pemasaran lagu agar musisi dan karya mereka dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Penulis memilih PT. Musica Studio's sebagai lokasi magang, mengingat reputasinya sebagai label musik terbesar di Indonesia yang telah berhasil mempopulerkan sejumlah artis ternama. Tujuan dari program magang ini adalah untuk mengimplementasikan konsep-konsep pemasaran dan promosi lagu secara langsung di lingkungan kerja profesional. Musica Studio's sendiri mengusung model bisnis terpadu yang dikenal sebagai *360 business*, yang mencakup label rekaman, penerbitan lagu (*publishing*), manajemen artis, hingga penjualan merchandise resmi. Penulis ditempatkan sebagai *Marketing & Promotion Intern* di bawah Departemen Marketing & Promotion, dengan tanggung jawab utama antara lain menyusun *release plan deck*, merancang *special event*, serta melakukan *digital content analysis*. Selama pelaksanaan magang, konsep-konsep yang digunakan dalam laporan ini mengacu pada teori *Integrated Marketing Communications* menurut Shimp & Andrews (2018), konsep *Social Media Marketing* menurut Chaffey & Chadwick (2019), konsep *special event* menurut Doug Matthews (2015), dan konsep *digital content analysis* menurut Gohar F. Khan (2018). Dalam proses pelaksanaannya, ditemukan beberapa kendala yang cukup signifikan, seperti mundurnya jadwal perilisan lagu akibat keterlambatan materi promosi, kurangnya persiapan teknis maupun konseptual untuk acara perilisan, serta aktivitas promosi yang belum maksimal. Setelah menjalani aktivitas magang selama empat bulan, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran dan promosi dalam industri musik membutuhkan perencanaan yang matang serta analisis performa yang berkelanjutan agar lagu yang dirilis tetap relevan dan mampu menjangkau audiens secara lebih luas dan efektif.

Kata kunci: *Integrated Marketing Communications, Social Media Marketing, Special Event, Digital Content Analysis.*

MARKETING COMMUNICATION ACTIVITIES AT PT. MUSICA STUDIO'S

Nicholas Andrew Tjandra

ABSTRACT

Along with technological developments and shifts in consumer behavior, marketing strategies in the music industry have undergone a significant transformation. Music labels need to utilize various song marketing strategies so that musicians and their works can reach a wider audience. The author chose PT Musica Studio's as an internship location, given its reputation as the largest music label in Indonesia that has successfully popularized a number of well-known artists. The purpose of this internship program is to implement the concepts of marketing and song promotion directly in a professional work environment. Musica Studio's own integrated business model is known as 360 business, which includes record label, song publishing, artist management, and official merchandise sales. The author was placed as a Marketing & Promotion Intern under the Marketing & Promotion Department, with main responsibilities including compiling release plan decks, designing special events, and conducting digital content analysis. During the internship, the concepts used in this report refer to the theory of Integrated Marketing Communications according to Shimp & Andrews (2018), the concept of Social Media Marketing according to Chaffey & Chadwick (2019), the concept of special event according to Doug Matthews (2015), and the concept of digital content analysis according to Gohar F. Khan (2018). In the implementation process, several significant obstacles were found, such as the delay in the song release schedule due to late promotional materials, lack of technical and conceptual preparation for the release event, and promotional activities that were not maximized. After undergoing internship activities for four months, it can be concluded that marketing and promotion strategies in the music industry require careful planning and continuous performance analysis so that the songs released remain relevant and able to reach a wider and more effective audience.

Keywords: *Integrated Marketing Communications, Social Media Marketing, Special Event, Digital Content Analysis.*

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
<i>ABSTRACT</i>	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	2
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	2
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	4
2.1 Tentang PT. Musica Studio's	4
2.2 Visi Misi PT. Musica Studio's	4
2.3 Struktur Organisasi PT. Musica Studio's	5
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	
4.1 Kedudukan dalam Kerja Magang	8
4.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang	8
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	11
4.1 Simpulan	11
4.2 Saran	11
DAFTAR PUSTAKA	12
LAMPIRAN	13

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Deskripsi Pekerjaan Divisi Marketing & Promotion.....	12
Tabel 3.1 Deskripsi Pekerjaan Marketing & Promotion Intern.....	14
Tabel 3.2 Deskripsi Pekerjaan Divisi dan Subdivisi di setiap Channel.....	16
Tabel 3.3 Dokumen Hasil Pekerjaan Release Plan Deck	20
Tabel 3.4 Dokumen Hasil Pekerjaan Proposal Deck Event	22
Tabel 3.5 Dokumen Hasil Pekerjaan Google Sheet Data Musica Studio's	28



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo PT. Musica Studio's	8
Gambar 2.2 Dokumentasi Tempat Kerja Magang PT. Musica Studio's	9
Gambar 2.3 Struktur Organisasi PT. Musica Studio's.....	10
Gambar 2.4 Struktur Departemen Marketing & Promotion.....	11
Gambar 3.1 Dokumentasi Showcase Event Monday Replay.....	23
Gambar 3.2 Dokumentasi Press Conference Event D'masiv x Daihatsu.....	24
Gambar 3.3 Dokumen Rundown Event Monday Replay.....	24
Gambar 3.4 Dokumentasi Logistik Event Monday Replay	25
Gambar 3.5 Dokumen Rundown Event D'masiv x Daihatsu	25
Gambar 3.6 Merchandise dan Logistik Event D'masiv x Daihatsu	26
Gambar 3.7 Dokumen Data Media Registration Event D'masiv x Daihatsu.....	26
Gambar 3.8 Dokumentasi Male Artist Stream	28
Gambar 3.9 Dokumentasi Musica Studio's Artist.....	29
Gambar 3.10 Dokumentasi New Music Friday.....	29
Gambar 3.11 Dokumentasi TikTok Audio Use (Release 2024 - 2025).....	30
Gambar 3.12 Dokumentasi Tik Tok Audio Use (SBC).....	31
Gambar 3.13 Dokumentasi Instagram Audio Use (Release 2024 - 2025)	31
Gambar 3.14 Dokumentasi Instagram Audio Use (SBC)	32

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Pengantar Magang MBKM 01	40
Lampiran B Kartu Magang MBKM 02.....	41
Lampiran C Daily Task MBKM 03.....	42
Lampiran D Lembar Verifikasi Laporan Magang MBKM 04	43
Lampiran E Form Bimbingan Laporan Magang	44
Lampiran F Surat Penerimaan Kerja Magang.....	46
Lampiran G Hasil Turnitin	47
Lampiran H CV Penulis	49

