

**AKTIVITAS MARKETING BRAND EXECUTIVE
NESTLE PURINA PETCARE**



LAPORAN MAGANG

SHAREEFA AISYAH ANDJANI

00000070084

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

2025

**AKTIVITAS MARKETING BRAND EXECUTIVE
NESTLE PURINA PETCARE**



LAPORAN MAGANG

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

SHAREEFA AISYAH ANDJANI

00000070084

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

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Shareefa Aisyah Andjani

Nomor Induk Mahasiswa : 00000070084

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

AKTIVITAS MARKETING BRAND EXECUTIVE NESTLE PURINA PETCARE

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, 26 Juni 2025



Shareefa Aisyah Andjani

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan Magang dengan judul
**AKTIVITAS MARKETING BRAND EXECUTIVE NESTLE PURINA
PETCARE**

Oleh

Nama : Shareefa Aisyah Andjani

NIM : 00000070084

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 24 Juni 2025

Pembimbing

Agus Kustiwa, S.Sos., M.Si.
NIDN 0318118203

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


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

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**AKTIVITAS MARKETING BRAND EXECUTIVE NESTLE PURINA
PETCARE**

Oleh

Nama : Shareefa Aisyah Andjani

NIM : 00000070084

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 16 Juli 2025

Pukul 08.00 s.d 09.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji



Agus Kustiwa, S.Sos., M.Si.

NIDN 0318118203

Dr. Aloysius Gonzaga Eka Wenats

Wuryanta, M.Si, CDM

NIDN 0306067003

Pembimbing

Agus Kustiwa, S.Sos., M.Si.

NIDN 0318118203

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 : Shareefa Aisyah Andjani

NIM : 00000070084

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 MARKETING BRAND EXECUTIVE NESTLE PURINA PETCARE

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, 26 Juni 2025

Yang menyatakan,



Shareefa Aisyah Andjani

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan berkat dan rahmat atas selesainya praktik kerja magang sebagai *Marketing Intern* pada PT Nestlé Indonesia. Atas rahmat dan karunianya, penulisan laporan magang ini dengan judul **AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN NESTLE PURINA PETCARE** dapat terselesaikan dengan baik.

Laporan praktik kerja magang ini 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 Agus Kustiwa sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Bapak Agus Kustiwa selaku Ketua Sidang dan Bapak Aloysius Gonzaga Eka Wenats Wuryanta selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Kak Hanna selaku *mentor*, Kak Aziz selaku *coach* Nesternship2025 dan Nestlé Purina Petcare Marketing *team* (Kak Dian, Kak Kira, Kak Ratna,

dan Kak Bei) yang selalu membimbing dan mengajarkan mengenai *marketing FMCG factory* lebih tepatnya pada bidang *Petcare*

7. Kakak-kakak dan teman-teman yang telah belajar dan tumbuh bersama selama program *Nesternship2025*.
8. Ayah dan Bunda yang selalu mendoakan baik saat saya mencari tempat magang hingga mendapatkan tempat terbaik yang ditetapkan oleh Allah SWT.

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

Tangerang, 26 Juni 2025



(Shareefa Aisyah Andjani)



AKTIVITAS MARKETING BRAND EXECUTIVE NESTLE PURINA PETCARE

Shareefa Aisyah Andjani

ABSTRAK

Sejak 1866, Nestlé menjadi salah satu perusahaan FMCG (*Fast-Moving Consumer Goods*) dengan produk yang beragam. Sereal, nutrisi anak, kopi, hingga perawatan hewan peliharaan merupakan produk yang dimiliki Nestlé. Komitmen Nestlé dalam menyajikan produk berkualitas dan berkelanjutan membuka praktik magang bagi mahasiswa untuk mengenali industri FMCG, inovasi produk, serta pengemasan komunikasi perusahaan. Salah satu produk yang dikenal dengan Nestlé Purina Petcare, masih membutuhkan peran divisi Marketing untuk mengemas komunikasi agar kesadaran merek meningkat. Kegiatan aktivasi merek seperti membuka *booth*, kegiatan, hingga acara akan menjadi wadah untuk meningkatkan kesadaran merek Nestlé Purina Petcare. Peningkatan kesadaran merek Nestlé Purina Petcare bertujuan agar masyarakat menyadari pentingnya pemberian nutrisi terbaik pada hewan peliharaan. Setelah melakukan aktivitas praktik kerja magang, pemahaman akan komunikasi pemasaran industri FMCG telah meningkat.

Kata kunci: *Activation*, Kesadaran Merek, Komunikasi Internal, *Marketing Communication*, Nestlé, Nestlé Purina Petcare



MARKETING BRAND EXECUTIVE OF NESTLE PURINA PETCARE

Shareefa Aisyah Andjani

ABSTRACT

Since 1866, Nestlé has become one of the leading FMCG (Fast-Moving Consumer Goods) companies with a diverse range of products. Cereals, children's nutrition, coffee, and pet care are products owned by Nestlé. Nestlé's commitment to delivering quality and sustainable products opened internship opportunities for students to gain insights into the FMCG industry, product innovation, and communication strategies. One of the products, Nestlé Purina Petcare, still requires the Marketing division's role in refining its communication strategies and enhancing brand awareness. Brand activation activities such as booths, events, and programs will serve as a platform to increase brand awareness of Nestlé Purina Petcare. The goal of increasing brand awareness for Nestlé Purina Petcare is to make the public aware of the importance of providing the best nutrition for pets. After completing the internship activities, understanding of marketing communication in the FMCG industry has improved.

Keywords: Activation, Brand Awareness, Internal Communication, Marketing Communication, Nestlé, Nestlé Purina Petcare



DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	2
HALAMAN PERSETUJUAN.....	3
HALAMAN PENGESAHAN.....	4
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	6
KATA PENGANTAR.....	7
ABSTRAK.....	9
ABSTRACT.....	10
DAFTAR ISI.....	11
DAFTAR GAMBAR.....	14
LAMPIRAN.....	16
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Magang.....	5
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	5
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang.....	5
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	6
BAB II.....	9
GAMBARAN PERUSAHAAN.....	9
2.1 Tentang PT Nestlé Indonesia.....	9
2.2 Visi Misi PT Nestlé Indonesia.....	17
2.3 Struktur Organisasi PT Nestlé Indonesia.....	18
BAB III.....	21
PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....	21
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang.....	21
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang.....	21
3.2.1 Tugas Kerja Magang.....	22
3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang.....	28
3.2.3 Kendala Utama.....	44
3.2.4 Solusi.....	45
BAB IV.....	47
SIMPULAN DAN SARAN.....	47
4.1 Simpulan.....	47

4.2 Saran.....	47
4.2.1 Saran untuk Perusahaan.....	47
4.2.2 Saran untuk Universitas.....	48
4.2.3 Saran untuk Mahasiswa.....	49
DAFTAR PUSTAKA.....	50
LAMPIRAN.....	52



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tingkat Kesadaran Merek Produk Pakan Kucing di Indonesia.....	3
Gambar 1.2 Tingkat Kesadaran Merek Produk Pakan Anjing di Indonesia.....	3
Gambar 2.1 Lobby lantai 11.....	10
Gambar 2.2 Business Garden.....	10
Gambar 2.3 Website Nestlé.....	11
Gambar 2.4 Instagram Nestlé.....	12
Gambar 2.5 Kampanye dan program berkelanjutan yang dilakukan oleh PT Nestlé Indonesia.....	12
Gambar 2.6 Portofolio produk PRO PLAN kucing.....	13
Gambar 2.7 Portofolio produk PRO PLAN anjing.....	14
Gambar 2.8 Portofolio produk OMNI Brand.....	15
Gambar 2.9 Konten Instagram PRO PLAN.....	16
Gambar 2.10 Halaman utama website purina.co.id.....	17
Gambar 2.11 Struktur Organisasi Perusahaan Nestlé.....	18
Gambar 2.12 Struktur Divisi Marketing Nestlé Purina Petcare.....	19
Gambar 3.1 Content Brief untuk Agile Studio.....	24
Gambar 3.2 Hasil Desain dari Agile Studio.....	25
Gambar 3.3 Content Brief untuk Content Studio.....	25
Gambar 3.4 Hasil Desain dari Content Studio.....	26
Gambar 3.5 Activation Brief untuk Purina Zone in MAIR.....	28
Gambar 3.8 Minutes of Meeting dari Meeting dengan Byzantine.....	30
Gambar 3.9 Ide aktivasi dari agensi Byzantine.....	31
Gambar 3.10 Saran dari Divisi Marketing untuk Aktivasi MAIR.....	32
Gambar 3.11 5W + 1H Aktivasi PRO PLAN: Treasure Hunt dan Post & Win.....	32
Gambar 3.12 Aktivasi PRO PLAN Treasure Hunt.....	33
Gambar 3.13 Aktivasi PRO PLAN Post & Win.....	34
Gambar 3.14 Announcement Activation Booth MAIR.....	35
Gambar 3.15 Content Brief Corporate Communication untuk Aktivasi PRO PLAN.....	36
Gambar 3.16 Isi E-mail untuk Blast Informasi Aktivasi PRO PLAN.....	37

Gambar 3.17 Follow Up Agensi Mengenai Barang.....	39
Gambar 3.18 Persiapan Booth Nestlé Purina Petcare.....	40
Gambar 3.17 Partisipan MAIR Bermain Pair & Recall.....	40
Gambar 3.18 Unggahan Karyawan Nestlé dalam Aktivasi PRO PLAN: Post & Win.....	42
Gambar 3.19 Pengumuman Pemenang PRO PLAN: Post & Win.....	42
Gambar 3.20 Para Pemenang saat Mengambil Hadiah PRO PLAN: Post & Win.....	43
Gambar 3.21 Evaluasi Aktivasi PRO PLAN: Treasure Hunt dan Post & Win.....	43
Lampiran A – Cover Letter MBKM Internship Track 1.....	52
Lampiran B – MBKM Internship Track 1 Card.....	53
Lampiran C – Form Bimbingan Internship Report.....	54
Lampiran D – Bimbingan dengan Dosen Pembimbing.....	55
Lampiran E – Sesi Pre-On Boarding Nesternship.....	55
Lampiran F – CV.....	56
Lampiran G – Nestern Marketing Stream.....	57
Lampiran H – Nestern Batch 2025.....	57
Lampiran I – Dokumentasi Aktivasi Nusatic Nusapet 2025.....	58
Lampiran J – Hasil Turnitin.....	59



LAMPIRAN

Lampiran A – Cover Letter MBKM Internship Track 1.....	46
Lampiran B – MBKM Internship Track 1 Card.....	47
Lampiran C – Form Bimbingan Internship Report.....	48
Lampiran D – Bimbingan dengan Dosen Pembimbing.....	49
Lampiran E – Sesi Pre-On Boarding Nesternship.....	49
Lampiran F – CV.....	50
Lampiran G – Nestern Marketing Stream.....	51
Lampiran H – Nestern Batch 2025.....	51
Lampiran I – Dokumentasi Aktivasi Nusatic Nusapet 2025.....	52
Lampiran J – Hasil Turnitin.....	52