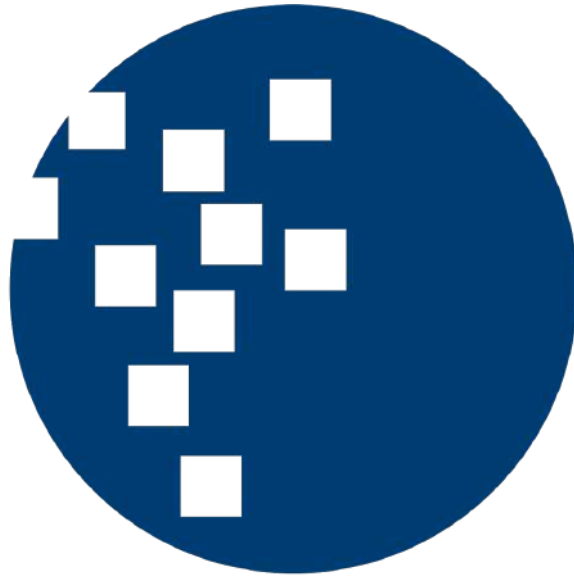


**AKTIVITAS CREATIVE MARKETING COMMUNICATION OFFICER
DI PT. SUMBER SINERGI MAKMUR Tbk**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Aurel Ananta Cristiani
00000070903

PROGRAM STUDI STRATEGIC COMMUNICATION
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025

**AKTIVITAS CREATIVE MARKETING COMMUNICATION OFFICER
DI PT. SUMBER SINERGI MAKMUR Tbk**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Aurel Ananta Cristiani

00000070903

PROGRAM STUDI STRATEGIC COMMUNICATION

ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Aurel Ananta Cristiani

Nomor Induk Mahasiswa : 00000070903

Program studi : Strategic Communication

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

AKTIVITAS CREATIVE MARKETING COMMUNICATION OFFICER DI PT. SUMBER SINERGI MAKMUR Tbk

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 maupun dalam penulisan laporan MBKM, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan MBKM yang telah saya tempuh.

Tangerang, 26 Juni 2025



Aurel Ananta Cristiani

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul

AKTIVITAS CREATIVE MARKETING COMMUNICATION OFFICER DI

PT. SUMBER SINERGI MAKMUR Tbk

Oleh

Nama : Aurel Ananta Cristiani
NIM : 00000070903
Program Studi : Strategic Communication
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Jumat, 18 Juli 2025

Pukul 09.00 s/d 10.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Dr. Nuria Astagini, S.Sos., M.Si.
NIDN 0404038205

Penguji



Dr. Bherta Sri Eko Murtiningsih, M.Si.
NIDN 0301036603

Pembimbing



Dr. Nuria Astagini, S.Sos., M.Si.
NIDN 0404038205

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Digitally signed by
Cendera Rizky
Anugrah Bangun
Date: 2025.07.28
08:28:25 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, 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 : Aurel Ananta Cristiani
NIM : 00000070903
Program Studi : Strategic Communication
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Laporan MBKM

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 CREATIVE MARKETING COMMUNICATION OFFICER DI PT. SUMBER SINERGI MAKMUR Tbk

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, 25 Juni 2025

Yang menyatakan,



Aurel Ananta Cristiani

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul AKTIVITAS CREATIVE MARKETING COMMUNICATION OFFICER DI PT. SUMBER SINERGI MAKMUR Tbk dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Jurusan Strategic Communication pada 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:

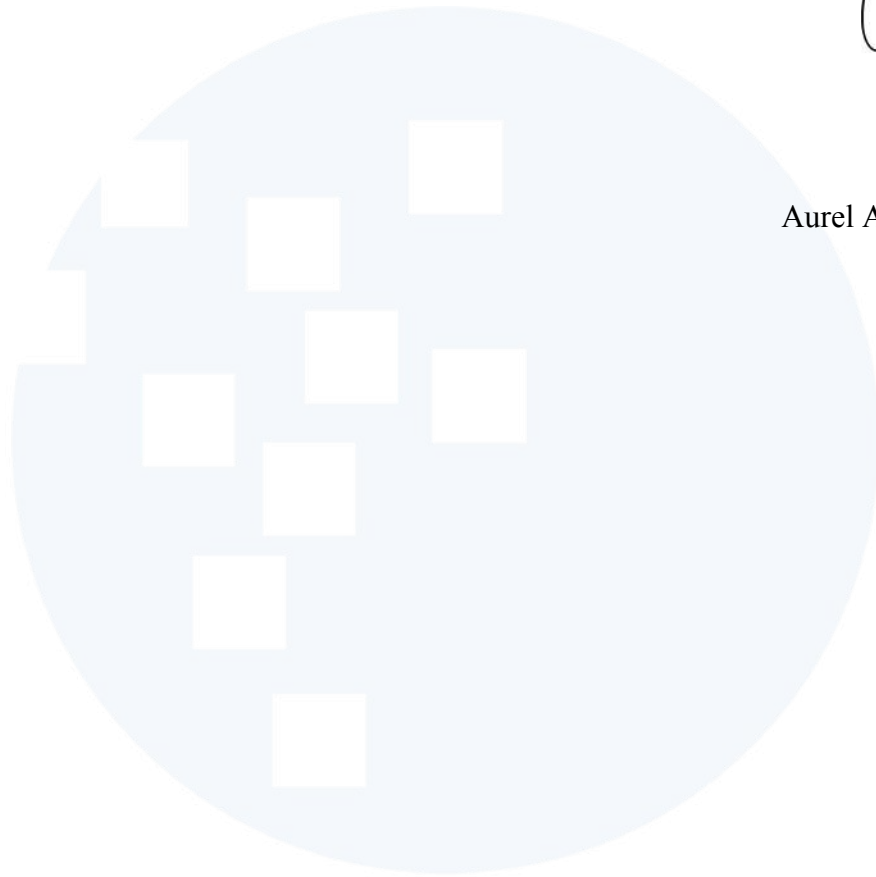
1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, M.Si., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Dr. Nuria Astagini, S.Sos., M.Si., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Pak Richard Darmawan, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Kepada Perusahaan PT Sumber Sinergi Makmur Tbk (Foxlogger) yang telah menerima penulis selama pelaksanaan magang.
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat menjadi pembelajaran dan inspirasi bagi para pembacanya khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 25 Juni 2025



Aurel Ananta Cristiani



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

AKTIVITAS CREATIVE MARKETING COMMUNICATION OFFICER

DI PT. SUMBER SINERGI Tbk

Aurel Ananta Cristiani

ABSTRAK

Perkembangan teknologi di sektor otomotif semakin mendorong kebutuhan akan sistem pelacakan kendaraan berbasis digital. PT Sumber Sinergi Makmur Tbk melalui brand Foxlogger hadir untuk menyediakan solusi GPS Tracker dan dashcam yang mendukung keamanan serta efisiensi operasional kendaraan. Alasan pemilihan perusahaan ini adalah karena Foxlogger memiliki fokus yang kuat pada pemasaran digital dan komunikasi kreatif, yang relevan dengan bidang studi penulis. Selain itu, perusahaan ini juga aktif dalam pengembangan konten media sosial sebagai strategi utama untuk meningkatkan brand awareness dan penjualan, sehingga menjadi tempat yang tepat untuk mengasah keterampilan di bidang marketing communication. Selama masa pelaksanaan magang, penulis ditempatkan di posisi Creative Marketing Communication dan bertanggung jawab dalam merancang ide konten, membuat copywriting, menjadwalkan unggahan media sosial, hingga menjadi talent untuk konten Instagram dan TikTok. Kendala yang dihadapi adalah penyesuaian gaya komunikasi brand dan audiens dari Foxlogger. Solusi yang diterapkan adalah melakukan riset terhadap karakteristik target audiens yang sudah ada, termasuk gaya bahasa, tone, serta jenis konten yang sebelumnya digunakan di media sosial Foxlogger. Laporan ini memberikan gambaran menyeluruh mengenai proses pelaksanaan magang, tugas yang dijalankan, tantangan yang dihadapi, serta pengalaman yang diperoleh dalam dunia kerja profesional.

Kata kunci: Foxlogger, Creative Marketing, Sosial Media, Digital Marketing

ACTIVITIES OF CREATIVE MARKETING COMMUNICATION OFFICER AT PT. SUMBER SINERGI MAKMUR Tbk

Aurel Ananta Cristiani

ABSTRACT

Technological developments in the automotive sector continue to increase the demand for digital based vehicle tracking systems. PT Sumber Sinergi Makmur Tbk, through its brand Foxlogger, provides GPS tracker and dashcam solutions that support vehicle safety and operational efficiency. The company was chosen because of its strong focus on digital marketing and creative communication, which aligns closely with the author's field of study. In addition, Foxlogger actively develops social media content as a core strategy to boost brand awareness and sales, making it an ideal place to sharpen skills in marketing communication. During the internship period, the author was placed in the Creative Marketing Communication position and was responsible for developing content ideas, writing copy, scheduling social media uploads, and serving as on-screen talent for Instagram and TikTok content. The main challenge faced was adjusting to Foxlogger's brand communication style and audience preferences. The solution implemented involved conducting research on the target audience's characteristics, including language style, tone, and types of content previously used on Foxlogger's social media. This report provides a comprehensive overview of the internship process, responsibilities carried out, challenges encountered, and insights gained from the professional work environment.

Keywords: Foxlogger, Creative Marketing, Social Media, Digital Marketing

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	3
HALAMAN PERSETUJUAN.....	4
HALAMAN PENGESAHAN.....	5
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	7
KATA PENGANTAR.....	8
ABSTRAK.....	10
ABSTRACT.....	11
DAFTAR ISI.....	12
DAFTAR GAMBAR.....	13
DAFTAR TABEL.....	14
DAFTAR LAMPIRAN.....	15
BAB I.....	16
1.1. Latar Belakang.....	16
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....	20
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	20
BAB II.....	23
2.1 Sejarah PT Sumber Sinergi Makmur (Foxlogger).....	23
2.1.1 Visi Misi Perusahaan.....	24
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	26
2.2.1 Struktur divisi Growth Marketing.....	28
BAB III.....	30
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	31
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	32
3.2.1 Tugas Kerja Magang.....	34
3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang.....	36
3.3 Kendala yang Ditemukan.....	52
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	53
BAB IV.....	54
4.1 Kesimpulan.....	54
4.2 Saran.....	55
4.2.1 Saran untuk Perusahaan.....	55
4.2.2 Saran untuk Universitas.....	56
4.2.3 Saran untuk Mahasiswa yang akan magang.....	56
DAFTAR PUSTAKA.....	57
LAMPIRAN.....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Foxlogger.....	24
Gambar 2.2 Struktur Organisasi Foxlogger.....	26
Gambar 2.3 Struktur Organisasi Divisi Marketing Foxlogger.....	28
Gambar 3.1 Flow Pengerjaan Tugas Creative Marketing Communication di Foxlogger.....	31
Gambar 3.2 Content Brief dengan Tim Desain.....	37
Gambar 3.3 Content Brief dengan Tim Desain.....	37
Gambar 3.4 Content Brief dengan Social Media Specialist.....	38
Gambar 3.5 Konten di Sosial Media Foxlogger.....	39
Gambar 3.6 Editing Konten.....	40
Gambar 3.7 Talent Sosial Media Foxlogger.....	41
Gambar 3.8 Copywriting Sosial Media Foxlogger.....	43
Gambar 3.9 Postingan B2B dan B2C.....	44
Gambar 3.10 Konten Edukatif.....	45
Gambar 3.11 Konten Informatif.....	46
Gambar 3.12 Konten Entertainment.....	47
Gambar 3.13 Meeting Internal Tim Marketing.....	48
Gambar 3.10 Akun Sosial Media Instagram dan Tiktok @foxlogger.id.....	49
Gambar 3.11 Insights Sosial Media Instagram @foxlogger.id.....	50
Gambar 3.12 Insights Sosial Media Tiktok @foxlogger.id.....	51



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas Kerja Magang.....	33
Tabel 3.2 Timeline Aktivitas Praktik Kerja Magang.....	34



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

A. Formulir Bimbingan Magang.....	55
B. Surat Pengantar MBKM - MBKM 01.....	56
C. Kartu MBKM 02.....	57
D. Daily Task - MBKM 03.....	58
E. Lembar Verifikasi Laporan MBKM - MBKM 04.....	59
F. Surat Penerimaan MBKM (LoA).....	60
G. Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin.....	61
H. Semua hasil karya tugas yang dilakukan selama MBKM.....	62

