

**PERAN CAMPAIGN INTERN DALAM STRATEGI
PENGUATAN BRAND TEH CELUP SOSRO**



LAPORAN MAGANG

Eileen Denisha Lestari

00000067861

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

**PERAN CAMPAIGN INTERN DALAM STRATEGI
PENGUATAN BRAND TEH CELUP SOSRO**



Eileen Denisha Lestari

00000067861

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

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini Penulis,

Nama : Eileen Denisha Lestari

Nomor Induk Mahasiswa : 00000067861

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

PERAN CAMPAIGN INTERN DALAM STRATEGI PENGUATAN BRAND TEH CELUP SOSRO

merupakan hasil karya Penulis sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah Penulis nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam Penulisan laporan skripsi, Penulis bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah Penulis tempuh.

Tangerang, 15 Juli 2025

UMN



UNIVERSITAS

(Eileen Denisha Lestari)

MULTIMEDIA

NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**PERAN CAMPAIGN INTERN DALAM STRATEGI
PENGUATAN BRAND TEH CELUP SOSRO**

Oleh
Nama : Eileen Denisha Lestari
NIM : 00000067861
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari 15 Juli 2025
Pukul 14.00 s.d 15.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Nike Putri Yunandika, S.I.Kom., M.I.Kom.

NIDN 0325019101

Dr. A.G. Eka. Wenats Wuryanta, S.S., M.Si.

NIDN 0306067003

Pembimbing

Nike Putri Yunandika, S.I.Kom., M.I.Kom

NIDN 0325019101

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi

Digitally signed
by Cendera Rizky
Anugrah Bangun
Date: 2025.07.29
16:00:22 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M. Si.

NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Eileen Denisha Lestari

NIM : 00000067861

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 Penulis yang berjudul:

PERAN CAMPAIGN INTERN DALAM STRATEGI PENGUATAN BRAND TEH CELUP SOSRO

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 tugas akhir Penulis selama tetap mencantumkan nama Penulis sebagai Penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini Penulis buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 15 Juli 2025

Yang menyatakan,



(Eileen Denisha Lestari)

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul: **“PERAN CAMPAIGN INTERN DALAM STRATEGI PENGUATAN BRAND TEH CELUP SOSRO”** dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan magang ini, sangatlah sulit bagi Penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si. selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M. Si. selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara
4. Ibu Nike Putri Yunandika, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Ibu Indi Raisa Girsang sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan pengarahan, pelajaran, dan motivasi atas terselesaikannya laporan magang ini.

6. Keluarga Penulis yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga Penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

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

Tangerang, 15 Juli 2025



(Eileen Denisha Lestari)

UMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

PERAN CAMPAIGN INTERN DALAM STRATEGI PENGUATAN BRAND TEH CELUP SOSRO

Eileen Denisha Lestari

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara perusahaan berinteraksi dengan konsumen, khususnya dalam menjalankan kegiatan melalui media sosial yang kini menjadi kanal utama dalam strategi komunikasi pemasaran. Hal ini mendorong perusahaan untuk merancang kampanye yang relevan, cepat, dan berorientasi pada data guna menjangkau audiens secara efektif. Laporan ini memuat pengalaman penulis selama mengikuti program magang di PT Sinar Sosro sebagai *Digital Marketing*. Pemilihan PT Sinar Sosro didasarkan pada reputasinya sebagai salah satu perusahaan FMCG terbesar di Indonesia, serta peluang besar untuk mempelajari proses komunikasi pemasaran secara langsung. Selama masa magang, penulis terlibat dalam perencanaan kampanye *Festive Ramadan “Program THR”*, mulai dari penyusunan *360° marketing plan*, pemilihan KOL, hingga penyusunan laporan harian kunjungan masjid yang telah ditentukan. Penulis juga turut menyusun *brief* konten untuk KOL, membuat *storyline* iklan, dan mengembangkan *marketing plan* kampanye *CreativiTea*. Pengalaman ini memberikan pemahaman nyata terhadap proses kerja profesional di industri, serta memperkuat keterampilan komunikasi strategis dan kreativitas dalam pemasaran digital.

Kata Kunci: *Digital Marketing*, FMCG, Kampanye, Komunikasi Pemasaran

UMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

viii

THE ROLE OF CAMPAIGN INTERN IN THE STRATEGY TO STRENGTHEN THE TEH CELUP SOSRO BRAND

Eileen Denisha Lestari

ABSTRACT

The development of digital technology has changed the way companies interact with consumers, especially in carrying out activities through social media which is now the main channel in marketing communication strategies. This encourages companies to design relevant, fast, and data-oriented campaigns to reach audiences effectively. This report contains the author's experience during an internship program at PT Sinar Sosro as Digital Marketing. The selection of PT Sinar Sosro was based on its reputation as one of the largest FMCG companies in Indonesia, as well as a great opportunity to learn the marketing communication process directly. During the internship, the author was involved in planning the Festive Ramadan campaign "THR Program", starting from compiling a 360° marketing plan, selecting KOLs, to compiling daily reports of visits to the mosque that had been determined. The author also helped compile a content brief for KOLs, create an advertising storyline, and develop a marketing plan for the CreativiTea campaign. This experience provides a real understanding of the professional work process in the industry, as well as strengthening strategic communication skills and creativity in digital marketing.

Keywords: *Campaign, Digital Marketing, FMCG, Marketing Communication*

UMN

UNIVERSITAS

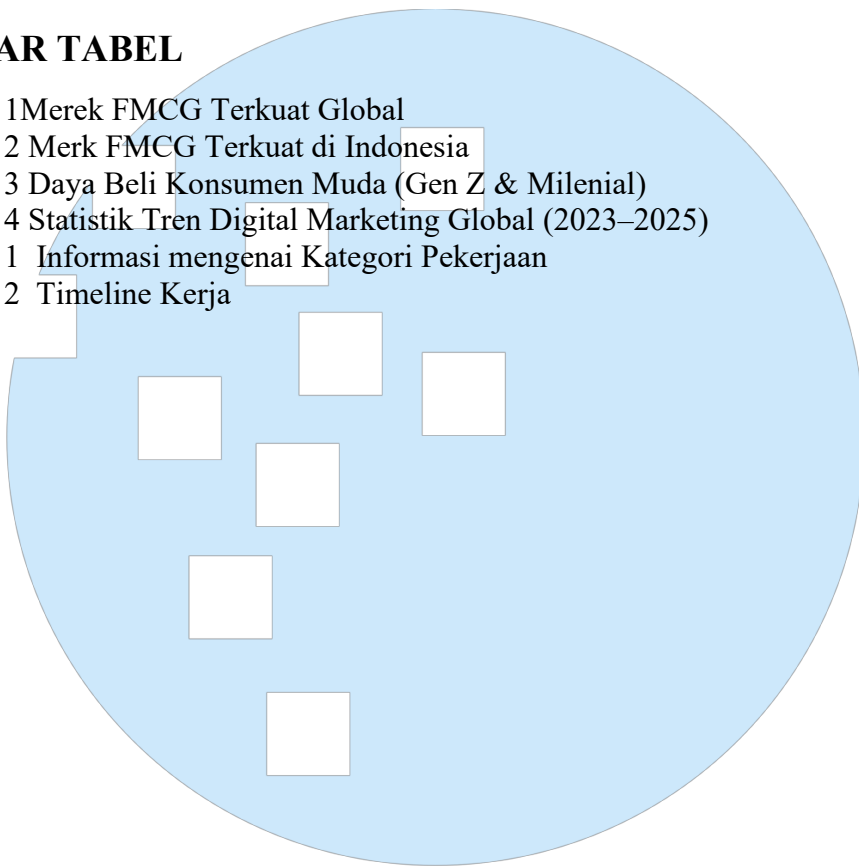
MULTIMEDIA

NUSANTARA

DAFTAR ISI	
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK	
KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang	9
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	10
BAB II GAMBARAN UMUM/PERUSAHAAN/ORGANISASI	13
2.1 Tentang PT Sinar Sosro Gunung Slamet	13
2.2 Visi Misi PT Sinar Sosro Gunung Slamet	20
2.3 Struktur Organisasi PT Sinar Sosro Gunung Slamet	21
BAB III PELAKSANAAN KERJAN MAGANG	25
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	25
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	26
3.2.1 Tugas Kerja Magang	26
3.2.2 Uraian Kerja Magang	30
3.4 Kendala yang Ditemukan	40
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	41
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	43
4.1 Simpulan	43
4.2 Saran	44
4.2.1 Perusahaan	44
4.2.2 Universitas	44
4.2.3 Mahasiswa yang akan Magang	45
DAFTAR PUSTAKA	45
LAMPIRAN	48

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1Merek FMCG Terkuat Global	1
Tabel 1. 2 Merk FMCG Terkuat di Indonesia	2
Tabel 1. 3 Daya Beli Konsumen Muda (Gen Z & Milenial)	3
Tabel 1. 4 Statistik Tren Digital Marketing Global (2023–2025)	6
Tabel 3. 1 Informasi mengenai Kategori Pekerjaan	29
Tabel 3. 2 Timeline Kerja	29



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo Perusahaan	13
Gambar 2. 2 Produk Teh Botol Sosro	15
Gambar 2. 3 Fruit Tea	15
Gambar 2. 4 Country Choise	16
Gambar 2. 5 S-tee	16
Gambar 2. 6 Sosro Tea Cup	16
Gambar 2. 7 Tebs Sparkling	17
Gambar 2. 8 Air Mineral Prima-A	17
Gambar 2. 9 Teh Celup Poci	18
Gambar 2. 10 Teh Cap Botol	19
Gambar 2. 11 Es Teh Poci Instant Powder	19
Gambar 2. 13 Tasseo	19
Gambar 2. 12 Teh Celup Sosro Heritage Single Estate	20
Gambar 2. 14 Struktur Organisasi	21
Gambar 2. 15 Struktur Organisasi	24
Gambar 3. 1 360° Plan THR	32
Gambar 3. 2 Daily report Campaign THR (Sheets)	33
Gambar 3. 3 Brief Iklan Promo TCS30s	34
Gambar 3. 4 Brief Iklan TCS50s	35
Gambar 3. 5 Storyline Iklan Promo TCS50s	37

UIN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

A. Cover Letter MBKM Internship Track 1	48
B. Kartu MBKM (MBKM 02).....	49
C. Daily Task Kewirausahaan (MBKM 03).....	50
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04).....	59
E. Surat Penerimaan MBKM (LoA).....	60
F. Pengecekan Hasil Turnitin.....	61
G. Form Bimbingan Internship Report	63
H. Surat Keterangan Selesai Magang	64
I. Curriculum Vitae.....	65

UMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA