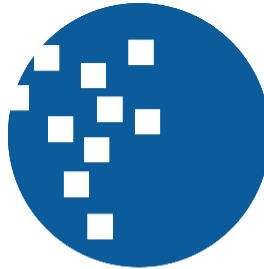


**PERAN MARKETING INTERN PADA BRAND
ZANRU DI PT. SURYA PERTIWI TBK**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

Michelle Gracya Atmaja

00000068352

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

2025

**PERAN MARKETING INTERN PADA BRAND
ZANRU DI PT. SURYA PERTIWI TBK**



LAPORAN MAGANG

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

Michelle Gracya Atmaja

00000068352

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Michelle Gracya Atmaja

Nomor Induk Mahasiswa 00000068352

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

PERAN MARKETING INTERN PADA BRAND ZANRU DI PT. SURYA PERTIWI 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 magang maupun dalam penulisan laporan magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 1 Juli 2025



(Michelle Gracya Atmaja)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul

PERAN MARKETING INTERN PADA BRAND ZANRU DI PT. SURYA PERTIWI TBK

Oleh

Nama : Michelle Gracya Atmaja
NIM : 00000068352
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 16 Juli 2025
Pukul 15.00 s.d 16.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji


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


Digitally signed
by Anton Binsar
Date:
2025.07.25
09:43:35
+07'00'
Anton Binsar,
S.Sos., M.Si.
NIDN 0309027705

Pembimbing


Agus Kustiwa, S.Sos., M.Si.
NIDN 0318118203
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Digitally signed by
Cendera Rizky
Anugrah Bangun
Date: 2025.07.27
18:44:44 +07'00'

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 : Michelle Gracya Atmaja

NIM : 00000068352

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 Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

PERAN MARKETING INTERN PADA BRAND ZANRU DI PT. SURYA PERTIWI TBK

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, 26 Juni 2025

Yang menyatakan,



(Michelle Gracya Atmaja)

KATA PENGANTAR

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

“PERAN MARKETING INTERN PADA BRAND ZANRU DI PT. SURYA PERTIWI

TBK” 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 diselesaikan 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, S.Sos., M.Si. 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.
7. Kepada David Saputra dan Feliciano Chandra selaku *supervisor* Zanru yang telah mengajarkan dan membimbing selama menjadi *marketing* Zanru.

8. Kepada Annastasia selaku *supervisor* di divisi *social media* yang telah membimbing dan membantu dalam penilaian, serta Diansyah selaku *content creator* yang telah membimbing dalam pembuatan konten.
9. Teman-teman *divisi marketing* dan *social media* yang terus mendukung dan membantu selama proses kerja magang.
10. Larry David dan teman-teman saya yang mendukung, membantu, dan memotivasi saya sampai akhir.

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

Tangerang, 26 Juni 2025



Michelle Gracya Atmaja

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERAN MARKETING PADA BRAND ZANRU DI PT. SURYA PERTIWI TBK

Michelle Gracya Atmaja

ABSTRAK

Latar belakang pemilihan tempat magang ini adalah berkembangnya industri distribusi perlengkapan rumah khususnya sektor sanitary ware yang semakin kompetitif. Tujuan dari kerja magang untuk mengimplementasikan pengetahuan di bidang pemasaran, khususnya dalam strategi pengembangan dan promosi brand baru dalam lingkungan perusahaan besar. Perusahaan yang menjadi tempat kerja magang adalah PT. Surya Pertiwi Tbk (SPTO), perusahaan yang menjadi distributor tunggal TOTO asal Jepang di Indonesia. Posisi dalam aktivitas magang yaitu sebagai divisi *Marketing and Social Media*, fokus utama pada dukungan promosi *brand fittings* terbaru, Zanru. Deskripsi pekerjaan *sales marketing event booth* di CGV Central Park dan konten *marketing* media sosial. Konsep yang digunakan adalah konsep pemasaran, terutama yang berkaitan dengan *branding*, *personal selling* dan strategi *direct marketing*. Kendala utama dalam proses kerja magang adalah bagaimana menyelaraskan pendekatan pemasaran merek baru agar tetap mendukung citra perusahaan induk yang sudah mapan dan dikenal luas melalui produk premium seperti TOTO. Setelah dilakukan aktivitas magang, dapat disimpulkan bahwa strategi pemasaran *brand* baru seperti Zanru membutuhkan pendekatan yang lebih fleksibel dan inovatif. Kegiatan promosi langsung melalui event booth terbukti efektif untuk membangun kesadaran merek, sekaligus memberikan pengalaman praktis bagi saya dalam menghadapi konsumen secara langsung di lapangan.

Kata kunci: *Booth Promosi*, *Direct Marketing*, *Industri Sanitary*, *Marketing Strategic*, Zanru.

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

MARKETING ROLE IN BRAND ZANRU AT PT. SURYA PERTIWI TBK

Michelle Gracya Atmaja

ABSTRACT

The background of this internship location selection is the development of the home equipment distribution industry, especially the increasingly competitive sanitary ware sector. The purpose of the internship is to implement knowledge in the field of marketing, especially in the strategy of developing and promoting new brands in a large corporate environment. The company where the internship took place is PT. Surya Pertiwi Tbk (SPTO), a company that is the sole distributor of TOTO from Japan in Indonesia. The position in the internship activity is as the Marketing and Social Media division, the main focus is on supporting the promotion of the latest brand fittings, Zanru. Job description sales marketing event booth at CGV Central Park and social media marketing content. The concept used is the marketing concept, especially those related to branding, personal selling and direct marketing strategies. The main obstacle in the internship work process is how to align the new brand marketing approach so that it continues to support the established and widely known image of the parent company through premium products such as TOTO. After the internship activity was carried out, it can be concluded that the marketing strategy of a new brand such as Zanru requires a more flexible and innovative approach. Direct promotional activities through event booths have proven effective in building brand awareness, as well as providing practical experience for me in dealing with consumers directly in the field.

Keywords: Direct Marketing, Industry Zanru, Marketing Strategic, Promotion Booth, Sanitary .

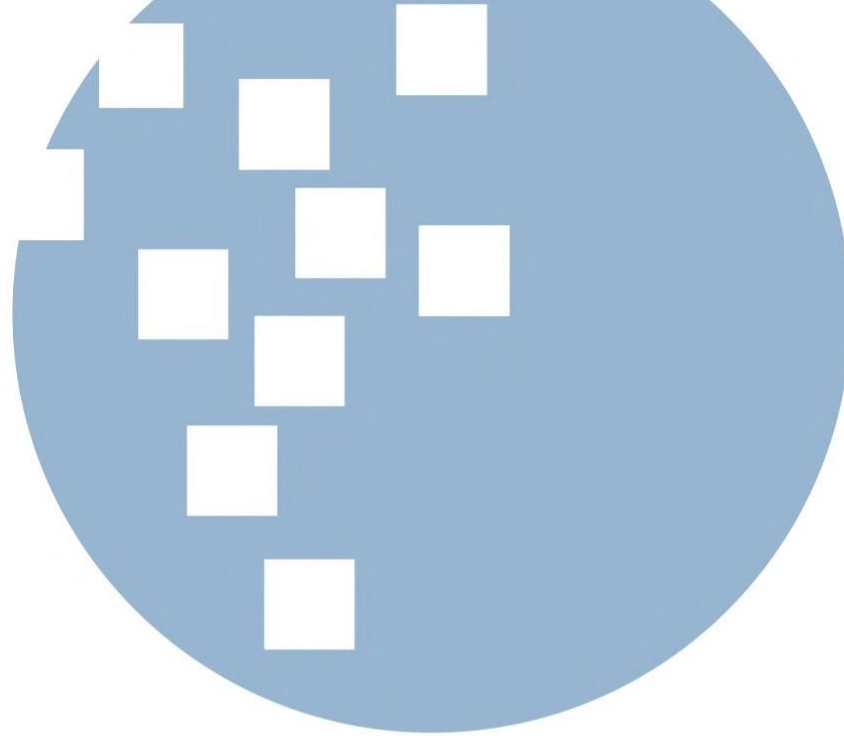
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	2
HALAMAN PERSETUJUAN	3
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	4
KATA PENGANTAR	5
ABSTRAK	7
<i>ABSTRACT</i>	8
DAFTAR ISI	9
DAFTAR TABEL	10
DAFTAR GAMBAR	11
DAFTAR LAMPIRAN	12
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/ORGANISASI	5
2.1 Tentang PT. Surya Pertiwi Tbk	5
2.2 Visi Misi PT. Surya Pertiwi Tbk	6
2.3 Struktur Organisasi PT. Surya Pertiwi Tbk	6
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	10
4.1 Kedudukan dalam Kerja Magang	10
4.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang	11
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	44
4.1 Simpulan	44
4.2 Saran	44
DAFTAR PUSTAKA	46
LAMPIRAN	47

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas Utama <i>Marketing</i> dan <i>Social Media</i>	16
Tabel 3.2 <i>Daily Task</i> Penulis Sebagai <i>Marketing and Social Media Intern</i>	17



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Pasar Sanitary Ware Global hingga 2028	2
Gambar 2.1 Struktur Organisasi PT. Surya Pertiwi Tbk	7
Gambar 2.2 Struktur Departemen Marketing Brand Zanru	8
Gambar 3.1 Prototype poster produk baru	14
Gambar 3.2 Booth Zanru di CGV Central Park	22
Gambar 3.3 Proses membawa souvenir ke Booth	23
Gambar 3.4 Data recap booth CGV Central Park selama 2 bulan	24
Gambar 3.5 Data kesalahan pada e-commerce	27
Gambar 3.6 Uji coba sample produk baru	28
Gambar 3.7 Screen Capture chat regulasi dengan Mall	29
Gambar 3.8 Data hand shower kompetitor	30
Gambar 3.9 Data competitor social media activity	30
Gambar 3.10 Contoh script konten untuk social media	33
Gambar 3.11 Konten “Satu produk, banyak keuntungan”	34
Gambar 3.12 Pembuatan konten social media	34
Gambar 3.13 Pembuatan konten event di ARCH.ID	35
Gambar 3.14 Pembuatan story challenge TOTO	36
Gambar 3.15 Talent konten TOTO	36
Gambar 3.16 Pembuatan konten event di PRJ	37
Gambar 3.17 Konten event Mid Year Sale	39
Gambar 3.18 Live Mid Year Sale	40
Gambar 3.19 Live Mid Year Sale	41

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

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Pengantar MBKM - MBKM 01	52
Lampiran B Kartu MBKM - MBKM 02	54
Lampiran C Daily Task MBKM - MBKM 03	55
Lampiran D Lembar Verifikasi Laporan MBKM - MBKM 04	69
Lampiran E Lembar hasil Curriculum Vitae	70
Lampiran F Surat Penerimaan MBKM (LoA)	73
Lampiran G Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin	74
Lampiran H Semua hasil karya tugas yang dilakukan selama MBKM	75
Lampiran I Formulir konsultasi magang	79

