

**AKTIVITAS *CREATIVE MARKETING ACTIVATION* DI PT.
GARUDA INDONESIA (PERSERO) TBK DALAM UPAYA
MENINGKATKAN *BRAND ENGAGEMENT***



LAPORAN MAGANG

ANDI BINTANG RIHHADATUL AISY

00000087548

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

**AKTIVITAS *CREATIVE MARKETING ACTIVATION* DI PT.
GARUDA INDONESIA (PERSERO), TBK DALAM UPAYA
MENINGKATKAN *BRAND ENGAGEMENT***



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

ANDI BINTANG RIHHADATUL AISY

00000087548

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Andi Bintang Rihhadatul Aisy

Nomor Induk Mahasiswa 00000087548

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

AKTIVITAS *CREATIVE MARKETING ACTIVATION* DI PT. GARUDA INDONESIA (PERSERO), TBK DALAM UPAYA MENINGKATKAN *BRAND ENGAGEMENT*

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, 24 Juni 2025



UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA
(Andi Bintang Rihhadatul Aisy)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**AKTIVITAS *CREATIVE MARKETING ACTIVATION* DI PT.
GARUDA INDONESIA (PERSERO), TBK DALAM UPAYA
MENINGKATKAN *BRAND ENGAGEMENT***

Oleh

Nama : Andi Bintang Rihhadatul Aisy
NIM : 00000087548
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 15 Juli 2025
Pukul 16.00 s.d 17.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Charlie Tjokrodinata, S.Kom., M.Sc.

NIDN 0324098002

Penguji

Digitally signed by
Tangguh Okta Wibowo



Date:
2025.07.21
08:27:31 +0700

Dr. Tangguh Okta Wibowo, S.Hum M.A.

NIDN 0320109004

Pembimbing



Charlie Tjokrodinata, S.Kom., M.Sc.

NIDN 0324098002

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 : Andi Bintang Rihhadatul Aisy

NIM : 00000087548

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 *CREATIVE MARKETING ACTIVATION* DI PT. GARUDA INDONESIA (PERSERO), TBK DALAM UPAYA MENINGKATKAN *BRAND ENGAGEMENT*

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, 24 Juni 2025

Yang menyatakan,



(Andi Bintang Rihhadatul Aisy)

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

KATA PENGANTAR

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

“AKTIVITAS *CREATIVE MARKETING ACTIVATION* DI PT. GARUDA INDONESIA (PERSERO), TBK DALAM UPAYA MENINGKATKAN *BRAND ENGAGEMENT*” 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 Charlie Tjokrodinata, S.Kom., M.Sc, sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan ini.
5. Ibu Vega Karina Andira Putri selaku Dosen Pembimbing Akademik, yang telah membantu saya untuk mengasistensi dan memberikan konsultasi terkait mata kuliah Special Event & Brand Activation.
6. Kak Linda Hestianita selaku Senior Manager divisi Creative Marketing Activation (CME), Mas Ajibayu selaku Supervisor, dan Mba Davi yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi selama program kerja magang.
7. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga saya bisa menyelesaikan program magang ini.

8. Teman-teman selama magang yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu yang telah menemani dan berjuang bersama selama menjalani program magang di Garuda Indonesia.

9. Teman-teman kuliah saya dari semester 1 sampai 5, teman-teman BEM UMN Gen XIV dan XV, dan teman rumah yang telah selalu menemani saya selama proses perjalanan menjalani program magang.

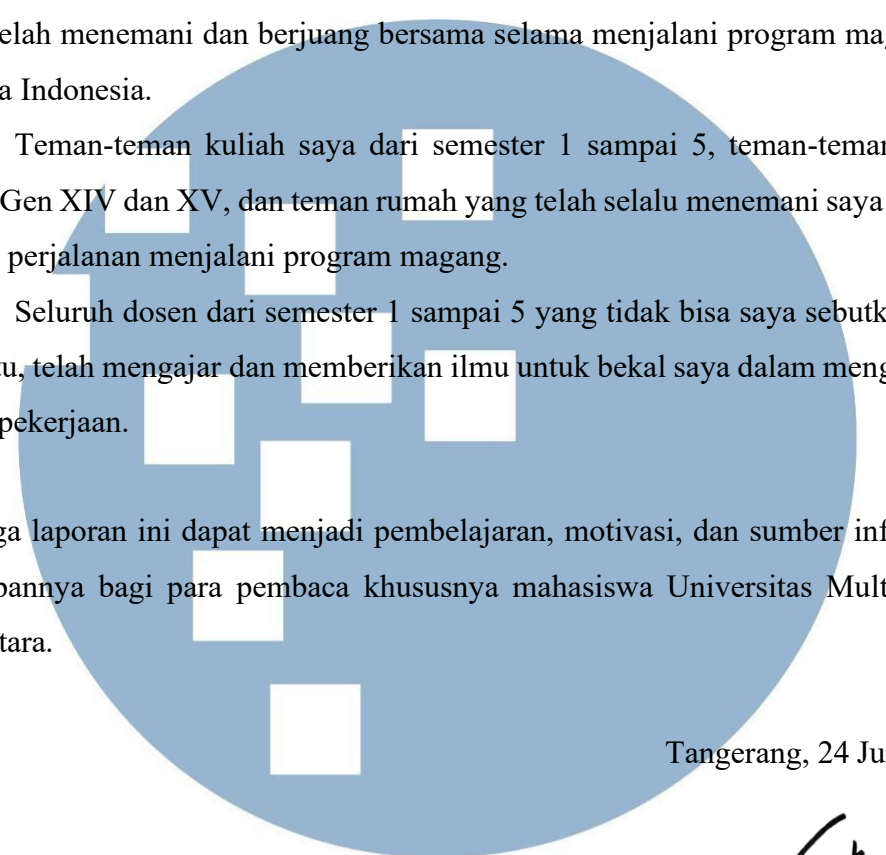
10. Seluruh dosen dari semester 1 sampai 5 yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, telah mengajar dan memberikan ilmu untuk bekal saya dalam menghadapi dunia pekerjaan.

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

Tangerang, 24 Juni 2025



(Andi Bintang Rihhadatul Aisy)



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

AKTIVITAS *CREATIVE MARKETING ACTIVATION* DI PT. GARUDA INDONESIA (PERSERO), TBK DALAM UPAYA MENINGKATKAN *BRAND ENGAGEMENT*

Andi Bintang Rihhadatul Aisy

ABSTRAK

Latar belakang pemilihan tempat magang didasarkan pada pentingnya strategi pemasaran kreatif dalam menjaga daya saing industri penerbangan, terutama di tengah meningkatnya tuntutan pelanggan terhadap pengalaman yang berkesan. Tujuan dari kerja magang ini adalah untuk mengimplementasikan konsep brand activation dalam kegiatan pemasaran di industri aviasi. Perusahaan tempat kerja magang adalah PT. Garuda Indonesia (Persero), Tbk, yang merupakan maskapai penerbangan nasional Indonesia. Posisi yang diambil adalah sebagai intern di sub-divisi Marketing Creative Activation (CME) yang berada di bawah Direktorat Niaga. Tugas utama meliputi brainstorming konsep event, penyusunan presentasi kegiatan (deck), koordinasi lintas unit, serta monitoring langsung pada saat pelaksanaan event. Konsep yang digunakan dalam laporan magang ini adalah brand activation serta tahapan perencanaan event menurut teori Joe Goldblatt. Kendala utama selama kegiatan magang adalah kurangnya pengetahuan awal mengenai industri aviasi serta adanya batasan regulasi dan efisiensi anggaran yang cukup ketat. Hasil dari pelaksanaan program magang menunjukkan bahwa praktik marketing activation di industri aviasi memiliki dinamika tersendiri, dan pengalaman ini telah memperluas pemahaman penulis tentang bagaimana strategi pemasaran dapat diterapkan secara relevan dan adaptif sesuai karakteristik industri.

Kata kunci: *Brand Activation, Customer Engagement, Event Marketing, Garuda Indonesia, Strategic Communication,*

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

AKTIVITAS *CREATIVE MARKETING ACTIVATION* DI PT. GARUDA INDONESIA (PERSERO), TBK DALAM UPAYA MENINGKATKAN *BRAND ENGAGEMENT*

Andi Bintang Rihhadatul Aisy

ABSTRACT

The background for selecting the internship position was based on the importance of creative marketing strategies in maintaining the competitiveness of the aviation industry, especially amid increasing customer demands for meaningful experiences. The objective of this internship was to implement brand activation concepts in marketing activities in the aviation industry. The internship company was PT. Garuda Indonesia (Persero), Tbk, Indonesia's national airline. The position taken was as an intern in the Marketing Creative Activation (CME) sub- division under the Commercial Directorate. The main tasks included brainstorming event concepts, preparing activity presentations (decks), coordinating across units, and monitoring directly during event implementation. The concepts used in this internship report are brand activation and event planning stages according to Joe Goldblatt's theory. The main challenges during the internship were the lack of foundational knowledge about the aviation industry and the strict regulatory boundaries and budget constraints. The results of the internship program demonstrated that marketing activation practices in the aviation industry have their own unique dynamics, and this experience has expanded the author's understanding of how marketing strategies can be applied in a relevant and adaptive manner according to the characteristics of the industry.

Keywords: *Brand Activation, Customer Engagement, Event Marketing, Garuda Indonesia, Strategic Communication*

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

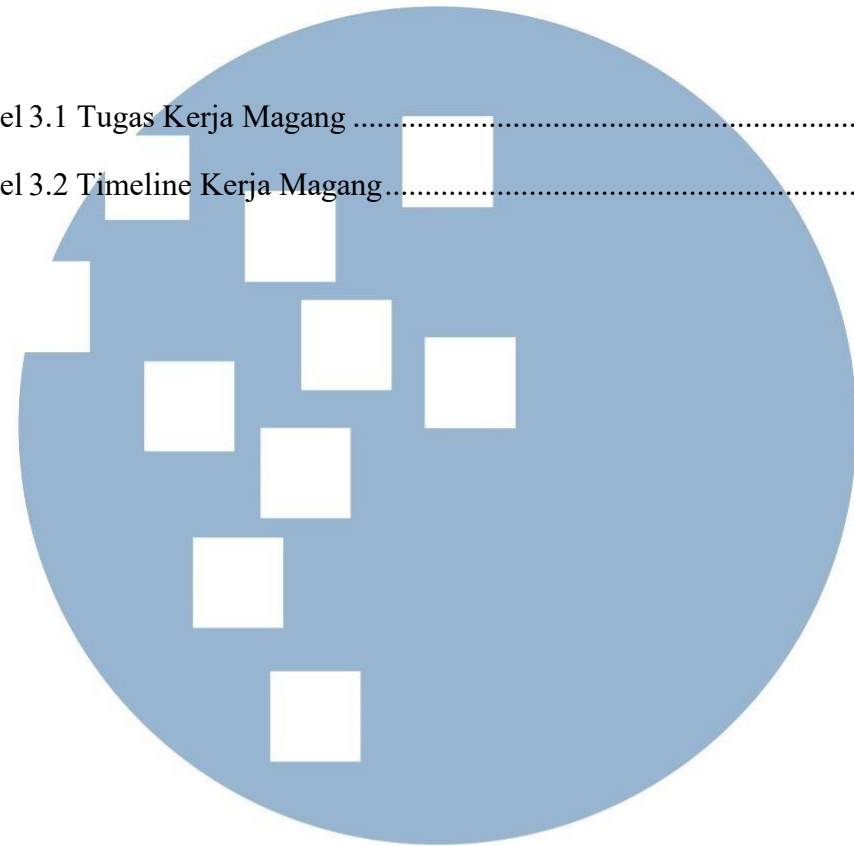
DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	3
HALAMAN PENGESAHAN	4
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	4
KATA PENGANTAR	5
ABSTRAK.....	7
ABSTRACT	8
DAFTAR ISI	9
DAFTAR GAMBAR	12
DAFTAR LAMPIRAN.....	13
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang.....	5
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	6
BAB II.....	9
2.1 Tentang PT Garuda Indonesia (Persero), Tbk	9
2.2 Visi Misi PT Garuda Indonesia (Persero), Tbk	10
2.2.1 Visi Perusahaan	10
2.2.2 Misi Perusahaan	11
2.3 Struktur Organisasi PT Garuda Indonesia (Persero), Tbk	12
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	16
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang	16
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang	17

3.2.1 Tugas Kerja Magang	18
3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang.....	21
3.2.3 Kendala Utama	35
3.2.4 Solusi	36
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	39
4.1 Simpulan.....	39
4.2 Saran.....	40
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN	46

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas Kerja Magang	19
Tabel 3.2 Timeline Kerja Magang.....	20



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo PT Garuda Indonesia (Persero), Tbk	9
Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Garuda Indonesia (Persero), Tbk	12
Gambar 2.3 Struktur Organisasi Unit JKTCM	13
Gambar 3.1 Arahkan untuk melakukan riset	24
Gambar 3.2 Contoh Tahapan Design	26
Gambar 3.3 Contoh Deck (1)	27
Gambar 3.4 Contoh Deck (2)	28
Gambar 3.5 Contoh <i>Brief Sheet</i>	31
Gambar 3.6 Contoh Checklist & Kepanitiaan	32
Gambar 3.7 Bukti Dokumentasi Kehadiran	33



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Pengantar MBKM - MBKM 01	46
Lampiran B Surat Penerimaan Magang di PT Garuda Indonesia (Persero), Tbk	47
Lampiran C MBKM 02 - Kartu Magang.....	48
Lampiran D MBKM 03 - Cover Letter	49
Lampiran E MBKM 03 - <i>Daily Task</i>	50
Lampiran F MBKM 04 - <i>Verification Form</i>	51
Lampiran G Formulir Konsultasi Magang.....	52
Lampiran H Turnitin.....	53
Lampiran I Semua Hasil Karya Tugas yang Dilakukan	54
Lampiran J <i>Curriculum Vitae</i> - CV	55