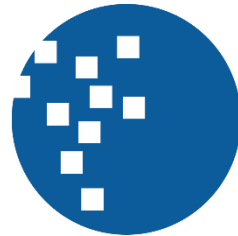


AKTIVITAS MARKETING EXECUTIVE DI MSI INDONESIA



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

Syahrhan Aqila Amor

00000075791

PROGRAM STUDI PJJ ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2026

AKTIVITAS MARKETING EXECUTIVE DI MSI INDONESIA



LAPORAN MAGANG

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana S.I.Kom.

Syahrar Aqila Amor

00000075791

PROGRAM STUDI PJJ ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2026

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Syahran Aqila Amor

Nomor Induk Mahasiswa : 00000075791

Program Studi : PJJ Ilmu Komunikasi

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Laporan Magang saya yang berjudul:
AKTIVITAS MARKETING EXECUTIVE DI MSI INDONESIA

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis 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 karya tulis ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.

Tangerang, 9 Januari 2026



Syahran Aqila Amor

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Syahran Aqila Amor
NIM : 00000075791
Program Studi : PJJ Ilmu Komunikasi
Judul Laporan : AKTIVITAS MARKETING EXECUTIVE DI MSI
INDONESIA

Dengan ini saya menyatakan secara jujur menggunakan bantuan Kecerdasan Artifisial (AI) dalam pengerjaan Tugas/Laporan/Project/Tugas Akhir*(pilih salah satu) sezbagai berikut (beri tanda centang yang sesuai):

- ☒ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu dalam menghasilkan ide-ide utama saja
- ☒ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu menghasilkan teks pertama saja
- ☒ Menggunakan AI untuk menyempurnakan sintaksis dan tata bahasa untuk pengumpulan tugas
- ☐ Karena tidak diizinkan: Tidak menggunakan bantuan AI dengan cara apa pun dalam pembuatan tugas

Saya juga menyatakan bahwa:

- (1) Menyerahkan secara lengkap dan jujur penggunaan perangkat AI yang diperlukan dalam tugas melalui Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan Artifisial (AI)
- (2) Mengakui telah menggunakan bantuan AI dalam tugas saya baik dalam bentuk kata, paraphrase, penyertaan ide atau fakta penting yang disarankan oleh AI dan saya telah menyantumkan dalam sitasi serta referensi
- (3) Terlepas dari pernyataan di atas, tugas ini sepenuhnya merupakan karya saya sendiri

Tangerang, 9 Januari 2026


(Syahran Aqila Amor)

HALAMAN PERNYATAAN KEABSAHAN PERUSAHAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Syahran Aqila Amor
NIM : 00000075791
Program Studi : PJJ Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

menyatakan bahwa saya melaksanakan kegiatan di:

Nama Perusahaan/Organisasi : MSI Indonesia
Alamat : The Honey Lady Building, Lt 5, Unit #503 Kawasan CBD
Pluit, Jln. Pluit Selatan Raya No. 1 Jakarta Utara 14440
Email Perusahaan/Organisasi : -

1. Perusahaan/Organisasi tempat saya melakukan kegiatan dapat di validasi keberadaannya.
2. Jika dikemudian hari, terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan data yang tidak valid di perusahaan/organisasi tempat saya melakukan kegiatan, maka:
 - a. Saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.
 - b. Saya bersedia menerima semua sanksi yang berlaku sebagaimana ditetapkan dalam peraturan yang berlaku di Universitas Multimedia Nusantara.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan digunakan sebagaimana mestinya.

Tangerang, 9 Januari 2026

Mengetahui

Menyatakan



Livia



Syahran Aqila Amor

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan dengan judul
AKTIVITAS MARKETING EXECUTIVE DI MSI INDONESIA

Oleh

Nama Lengkap : Syahran Aqila Amor
Nomor Induk Mahasiswa : 00000075791
Program Studi : PJJ Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari senin, 19 Januari 2026
Pukul 14.00 s.d. 15.00 WIB dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing



Chininta Rizka Angelia, S.I.Kom., M.Si.

NIDN 0320079201

Penguji



Silvanus Alvin, S. I. Kom, M. A.

NIDN 0309109001

Ketua Program Studi PJJ Ilmu Komunikasi



Helga Liliani Cakra Dewi, S.I.Kom., M.Comm

NIDN 0317089201

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan dengan judul
AKTIVITAS MARKETING EXECUTIVE DI MSI INDONESIA

Oleh

Nama Lengkap : Syahran Aqila Amor

Nomor Induk Mahasiswa : 00000075791

Program Studi : PJJ Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Magang Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 9 Januari 2026

Pembimbing



Chininta Rizka Angelia, S.I.Kom., M.Si.

NIDN 0320079201

Ketua Program Studi PJJ Ilmu Komunikasi



Helga Liliani Cakra Dewi, S.I.Kom., M.Comm

NIDN 0317089201

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Syahran Aqila Amor
NIM : 00000075791
Program Studi : PJJ Ilmu Komunikasi
Jenjang : ~~D3~~/S1/S2* (coret yang tidak perlu)
Judul Karya Ilmiah : AKTIVITAS MARKETING EXECUTIVE DI MSI
INDONESIA

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (pilih salah satu):

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance* **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☐ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 9 Januari 2026



(Syahran Aqila Amor)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul: “AKTIVITAS MARKETING EXECUTIVE DI MSI INDONESIA” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana PJJ Ilmu Komunikasi Pada Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan magang ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan laporan magang ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Rismi Juliadi, ST., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Helga Liliani Cakra Dewi, S.I.Kom., M.Comm., selaku Ketua Program Studi PJJ Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Chininta Rizka Angelia, S.I.Kom., M.Si., sebagai Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan magang ini.
5. Liviayu, Mikif, Zao, Digga, Chris, dan Stephanie selaku Pembimbing Lapangan dan Staff MSI Indonesia yang telah memberikan kesempatan, arahan dan bimbingan praktis sehingga terselesainya laporan magang ini.
6. Orang Tua, kakak, dan abang saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan magang ini.
7. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan magang ini.
8. Teman-teman dan abang-abang saya di kontrakan yang selalu memberikan dukungan waktu dan semangat untuk penulis menyelesaikan laporan magang ini dengan baik.

Semoga Laporan Magang ini bermanfaat, baik sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi, bagi para pembaca.

Tangerang, 9 Januari 2026



Syahrhan Aqila Amor

AKTIVITAS MARKETING EXECUTIVE DI MSI INDONESIA

Syahran Aqila Amor

ABSTRAK

Laporan magang ini membahas pelaksanaan praktik kerja magang sebagai Marketing Executive Intern di MSI Indonesia, sebuah perusahaan teknologi multinasional yang bergerak di bidang perangkat komputer, *gaming*, dan *content creation*. Pemilihan MSI Indonesia sebagai tempat magang didasarkan pada relevansi perusahaan dengan perkembangan industri teknologi digital serta perannya yang signifikan dalam komunikasi pemasaran produk berbasis teknologi. Selama masa magang, penulis terlibat dalam berbagai aktivitas pemasaran, antara lain *Integrated Marketing Communication*, *Public Relations*, komunikasi pemasaran digital, produksi konten, analisis pasar, serta komunikasi interpersonal dalam event kampus. Dalam pelaksanaannya, penulis menghadapi beberapa kendala, seperti keterbatasan pemahaman teknis produk, koordinasi dengan divisi, dan tantangan dalam lokalisasi konten pemasaran. Kendala tersebut diatasi melalui pembelajaran mandiri, koordinasi intensif dengan tim terkait, serta konsultasi dan evaluasi berkelanjutan bersama supervisor. Melalui kegiatan magang ini, penulis memperoleh pemahaman praktis mengenai penerapan teori komunikasi pemasaran dalam konteks industri, serta mengalami peningkatan kompetensi *hardskill* dan *softskill*, khususnya dalam pengelolaan data, komunikasi, kerja sama tim, dan adaptasi terhadap lingkungan kerja perusahaan multinasional.

Kata kunci: *kerja magang, komunikasi pemasaran, Marketing Executive, MSI Indonesia*

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 EXECUTIVE ACTIVITIES AT MSI INDONESIA

Syahran Aqila Amor

ABSTRACT)

This internship report discusses the implementation of an internship as a Marketing Executive Intern at MSI Indonesia, a multinational technology company engaged in the field of computer devices, gaming, and content creation. The selection of MSI Indonesia as an internship location was based on the company's relevance to developments in the digital technology industry and its significant role in technology-based product marketing communications. During the internship period, the author was involved in various marketing activities, including Integrated Marketing Communication, Public Relations, digital marketing communication, content production, market analysis, and interpersonal communication in campus events. In its implementation, the author faced several challenges, such as limited technical understanding of the products, coordination with divisions, and challenges in localizing marketing content. These challenges were overcome through self-directed learning, intensive coordination with the relevant team, as well as consultation and continuous evaluation with the supervisor. Through this internship, the author gained practical understanding of the application of marketing communication theory in an industrial context, as well as enhanced hard and soft skills, particularly in data management, communication, teamwork, and adaptation to the work environment of a multinational company.

Keywords: *internship, marketing communication, Marketing Executive, MSI Indonesia*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEABSAHAN PERUSAHAAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSETUJUAN	vi
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>)	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang	3
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	3
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	3
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	4
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	5
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	5
2.1.1 Visi Misi Perusahaan	6
2.1.2 Logo Perusahaan	6
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	7
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	9
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	9
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	10
3.2.2.1 Integrated Marketing Communication (IMC)	13
3.2.2.2 Public Relations	14
3.2.2.3 Komunikasi Pemasaran Digital	15
3.2.2.4 Komunikasi Digital dan Media Baru	17
3.2.2.5 Komunikasi Pemasaran dan Analisis Pasar	18

3.2.2.6 Produksi Konten.....	19
3.2.2.7 Interpersonal Communication dalam event kampus.....	20
3.3 Kendala yang Ditemukan	22
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	22
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	24
4.1 Simpulan	24
4.2 Saran.....	25
DAFTAR PUSTAKA.....	27
LAMPIRAN.....	28



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 2 Tugas Kerja Magang.....	10
------------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo MSI	6
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi MSI	7
Gambar 3. 1 Proses Alur kerja Tim Marketing MSI Indonesia	9
Gambar 3. 2 Proses setelah packing dan mengirim barang	14
Gambar 3. 3 Tampilan Artikel Hasil Lokalisasi ke Bahasa Indonesia	15
Gambar 3. 4 Tampilan Google Sheets Hasil pencarian KOL	16
Gambar 3. 5 Tampilan Google Sheets Hasil Reseach Content Social Media	17
Gambar 3. 6 Tampilan Google Sheets Hasil Tracking E-Commerce	18
Gambar 3. 7 Proses pengambilan gambar dan video konten	20
Gambar 3. 8 Proses Dokumentasi Konten di Booth MSI	21



DAFTAR LAMPIRAN

<i>Lampiran 1 Surat Pengantar MBKM</i>	28
Lampiran 2 Kartu MBKM 02	29
Lampiran 3 Daily Task MBKM 03	30
Lampiran 4 Lembar Verifikasi Laporan MBKM 04.....	53
Lampiran 5 Surat Penerimaan Magang.....	54
Lampiran 6 Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin & AI turnitin.....	55
Lampiran 7 Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan Artifisial (AI)	57
Lampiran 8 Semua hasil karya tugas yang dilakukan selama kerja magang.....	58

