

**AKTIVITAS EXPERIENTIAL MARKETING DAN CONTENT
MARKETING DI SUBDIVISI KOMUNIKASI PEMASARAN DI
PT BANK CENTRAL ASIA TBK**



LAPORAN MBKM

Septia Rosa Tambunan

00000068857

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

2026

**AKTIVITAS EXPERIENTIAL MARKETING DAN CONTENT
MARKETING DI SUBDIVISI KOMUNIKASI PEMASARAN DI
PT BANK CENTRAL ASIA TBK**



LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Septhia Rosa Tambunan

00000068857

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2026**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Septhia Rosa Tambunan

Nomor Induk Mahasiswa : 00000068857

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan MBKM Internship dengan judul:

“AKTIVITAS EXPERIENTIAL MARKETING DAN CONTENT MARKETING DI SUBDIVISI KOMUNIKASI PEMASARAN DI PT BANK CENTRAL ASIA 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 Internship, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan MBKM Internship yang telah saya tempuh.

Tangerang, 13 Januari 2026



(Septhia Rosa Tambunan)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul

**AKTIVITAS EXPERIENTIAL MARKETING DAN CONTENT
MARKETING DI SUBDIVISI KOMUNIKASI PEMASARAN DI PT BANK
CENTRAL ASIA TBK**

Oleh

Nama : Septhia Rosa Tambunan
NIM : 00000068857
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 13 Januari 2026

Pukul 15.00 s.d 16.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Angga Ariestya, S.Sos., M.Si
NIDN 311048505

Penguji



Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si
NIDN 0304078404

Pembimbing



Angga Ariestya, S.Sos., M.Si
NIDN 311048505

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Septhia Rosa Tambunan
Nomor Induk Mahasiswa : 00000068857
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : Sarjana
Jenis Karya : Laporan MBKM Internship
Judul Karya Ilmiah : *Aktivitas Experiential Marketing Dan Content Marketing Di Subdivisi Komunikasi Pemasaran Di PT Bank Central Asia Tbk*

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, 22 Desember 2025

Yang menyatakan,



(Septhia Rosa Tambunan)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul: **“AKTIVITAS EXPERIENTIAL MARKETING DAN CONTENT MARKETING DI SUBDIVISI KOMUNIKASI PEMASARAN DI PT BANK CENTRAL ASIA TBK”** yang 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 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. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc., Ph.D. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Angga Ariestya, S.Sos., M.Si., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Internship ini.
5. Bapak Syamsur Rijal, S.A.B dan Kakak Wisely Filbert Sean, S.Sn., selaku Supervisor dan Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Internship.
6. Kepada Perusahaan PT Bank Central Asia Tbk yang telah memberikan saya kesempatan dan pengalaman kerja nyata dalam tugas akhir ini.
7. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Teman-teman BEM dan Rencang yang menemani dan mewarnai segala proses magang dan tugas akhir saya dengan penuh makna.

9. Jennifer Krista Chandra, Nadindra Akila, Maeve Maria yang telah berjuang bersama dan selalu menyemangati dengan memberikan dukungan moral.

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

Tangerang, 22 Desember 2025



Septhia Rosa Tambunan



AKTIVITAS EXPERIENTIAL MARKETING DAN CONTENT MARKETING DI SUBDIVISI KOMUNIKASI PEMASARAN DI PT BANK CENTRAL ASIA TBK

Septhia Rosa Tambunan

ABSTRAK

Perkembangan industri perbankan di era digital telah mendorong perubahan perilaku pelaku bisnis dalam mengelola aktivitas keuangan dan operasional perusahaan. Seiring dengan perkembangan tersebut, industri perbankan di Indonesia tidak lagi hanya berfokus pada segmen *business to consumer* (B2C), tetapi juga pada segmen *business to business* (B2B). PT Bank Central Asia Tbk sebagai salah satu bank terbaik di Indonesia terus mengembangkan produk dan layanan digital untuk segmen B2B. Di tengah persaingan industri yang semakin ketat dan karakteristik layanan yang relatif serupa antar bank, diperlukan strategi diferensiasi melalui penerapan *experiential marketing* dan *content marketing*. Selama pelaksanaan magang sebagai *Business to Business Marketing Intern*, penulis terlibat secara langsung dalam perancangan konsep pemasaran B2B berbasis pengalaman, khususnya dalam persiapan acara *launching* Ocean by BCA serta proses produksi konten yang mencakup tahap pra-produksi, produksi, hingga pasca produksi. Dalam pelaksanaannya, penulis menghadapi beberapa kendala, seperti kurang spesifiknya *creative brief*, ketidaksesuaian desain dengan kondisi *venue*, belum adanya *brand guideline* konten berbasis segmentasi, serta keterbatasan akses fitur aplikasi *editing*. Kendala tersebut diatasi melalui penyusunan *creative brief* yang lebih rinci, penyesuaian desain berdasarkan ukuran aktual *venue*, pengelaborasi ide konten dengan *brand guideline* sebagai acuan umum, serta pemanfaatan perangkat milik perusahaan untuk mendukung proses produksi konten.

Kata kunci: *Business to Business, Content Marketing, Experiential Marketing*, PT Bank Central Asia Tbk

**EXPERIENTIAL MARKETING AND CONTENT MARKETING
ACTIVITIES IN THE MARKETING COMMUNICATION
SUBDIVISION AT PT BANK CENTRAL ASIA TBK**

Sephthia Rosa Tambunan

ABSTRACT

The development of the banking industry in the digital era has transformed business behavior in managing financial and operational activities. Along with this shift, the Indonesian banking industry has expanded its focus from the business to consumer segment to the business to business segment. PT Bank Central Asia Tbk, as one of the leading banks in Indonesia, continues to develop digital products and services to support business to business needs amid increasing competition and relatively similar service characteristics among banks. During the internship program as a Business to Business Marketing Intern, the author was directly involved in designing experience based marketing concepts, particularly in preparing the Ocean by BCA launching event and producing digital content through pre production, production, and post production stages. Throughout the internship, several challenges were encountered, including limited specificity in creative briefs, discrepancies between design plans and actual venue conditions, the absence of segmented content brand guidelines, and restricted access to advanced editing features. These challenges were addressed through the preparation of more detailed creative briefs, design adjustments based on actual venue measurements, the elaboration of content ideas using brand guidelines as a general reference, and the utilization of company provided devices to support content production.

Keywords: *Business to Business, Content Marketing, Experiential Marketing, PT Bank Central Asia Tbk*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....	6
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	6
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	6
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	7
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	9
2.1 Sejarah Perusahaan.....	9
2.2. Visi Misi dan Tata Nilai Perusahaan.....	12
2.3 Struktur Organisasi Perusahaan	13
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....	18
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	18

3.2	Tugas dan Uraian Kerja Magang	19
3.2.1	Tugas Kerja Magang	19
3.2.2	Uraian Kerja Magang.....	20
3.3	Kendala yang Ditemukan	34
3.4	Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	35
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN.....		37
4.1	Simpulan	37
4.2	Saran.....	39
DAFTAR PUSTAKA		41
LAMPIRAN.....		42



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Rincian Aktivitas *Experiential Marketing* dan *Content Marketing* 19

Tabel 3. 2 *Timeline* Aktivitas *Experiential Marketing* dan *Content Marketing* ... 20



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Daftar Top 10 Bank Terbaik Indonesia menurut Forbes.....	1
Gambar 1. 2 Konten Kampanye Bangga Lokal	5
Gambar 2. 1 Logo Perusahaan	9
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi BCA	13
Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Direktorat Transaksi Perbankan BCA.....	14
Gambar 2. 4 Struktur Organisasi Aspek <i>Digital Marketing</i>	15
Gambar 3. 1 Flow Komunikasi Kerja	18
Gambar 3. 2 <i>Key Visual</i> Acara <i>Launching</i> Ocean by BCA	22
Gambar 3. 3 <i>Mockup</i> Desain <i>Photobooth</i> Ocean by BCA.....	22
Gambar 3. 4 <i>Layout</i> Meja <i>Dinner</i> Untuk Tamu Undangan	24
Gambar 3. 5 <i>Rundown</i> Acara <i>Launching</i> Ocean by BCA Untuk Media	26
Gambar 3. 6 <i>Rundown</i> Acara <i>Launching</i> Ocean by BCA Untuk Undangan	26
Gambar 3. 7 <i>Mockup Merchandise</i> Ocean by BCA.....	27
Gambar 3. 8 Desain <i>Booth</i> Ocean by BCA.....	28
Gambar 3. 9 Slide Ide Konten <i>Do It Better</i> di myBCA	30
Gambar 3. 10 Slide Ide Konten Promo Korea <i>Travel Fair</i>	30
Gambar 3. 11 Hasil Konten Penulis	32
Gambar 3. 12 Hasil <i>Caption</i> Artikel Awas Modus & Edukatips	33



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Pengantar MBKM – MBKM 01	42
Lampiran 2. Kartu MBKM - MBKM 02	43
Lampiran 3. Daily Task MBKM - MBKM 03	44
Lampiran 4. Lembar Verifikasi Laporan MBKM - MBKM 04.....	81
Lampiran 5. Surat Penerimaan MBKM (LoA)	82
Lampiran 6. Form Bimbingan <i>Internship Report</i>	83
Lampiran 7. Hasil Turnitin.....	85
Lampiran 8. Dokumentasi Magang.....	86

