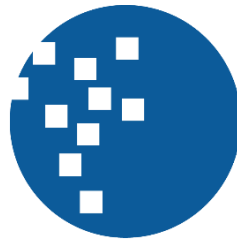


**PERAN *CREATIVE MARKETING INTERN* PADA
PERUSAHAAN ALVA GROUP**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Ahmad Fakhrurozy

00000082613

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

**PERAN *CREATIVE MARKETING INTERN* PADA
PERUSAHAAN ALVA GROUP**



LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana (S.Ikom)

Ahmad Fakhrurozy

00000082613

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

TANGERANG

2026

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Ahmad Fakhrurozy

Nomor Induk Mahasiswa 00000082613

Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

PERAN CREATIVE MARKETING INTERN PADA PERUSAHAAN

ALVA GROUP

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, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan MBKM yang telah saya tempuh.

Tangerang, 15 Desember 2025



Ahmad Fakhrurozy

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

HALAMAN PENGESAHAN

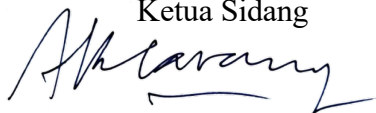
Laporan MBKM dengan judul
**PERAN *CREATIVE MARKETING INTERN* PADA
PERUSAHAAN ALVA GROUP**

Oleh
Nama : Ahmad Fakhrurozy
NIM : 00000082613
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 14 Januari 2026
Pukul 13.00 s/d 14.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

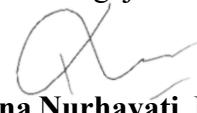
Ketua Sidang



Arindra Khrisna Karamov, S.E., M.Si., M.I.Kom.

NIDN: 9455751652130103

Penguji



Dr. Kristina Nurhayati, M.I.Kom

NIDN: 0319018506

Pembimbing



Arindra Khrisna Karamov, S.E., M.Si., M.I.Kom.

NIDN: 9455751652130103

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Andragrah Bangun, M.Si

NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Ahmad Fakhrurozy
Nomor Induk Mahasiswa : 00000082613
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Jenis Karya : Laporan Magang
Judul Karya Ilmiah : Peran *Creative Marketing Intern* Pada Perusahaan ALVA Group

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, 15 Desember 2025



Ahmad Fakhrurozy

* Pilih salah satu opsi tanpa harus menghapus opsi yang tidak dipilih

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/ HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul: “PERAN *CREATIVE MARKETING INTERN* PADA PERUSAHAAN ALVA GROUP” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar S.I.Kom Jurusan 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 tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir 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, S.T., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Arindra Khrisna Karamoy, S.E., M.Si., M.I.Kom., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Ci Vindy, S.I.Kom., sebagai Pembimbing Lapangan dan Ci Jesslyn, S.I.Kom., sebagai *supervisor* yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan Magang.
6. Kepada Perusahaan ALVA group yang telah memberikan kesempatan dan pengalaman yang luar biasa karena penulis dapat menjalankan kerja magang.
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.

8. Teman-teman dekat yang telah membantu, memberikan dukungan dan menyemangati saya dalam pelaksanaan kerja magang dan penulisan laporan magang.

Semoga laporan magang ini dapat memberikan manfaat untuk para pembaca sebagai bentuk pembelajaran, sumber informasi, dan motivasi khususnya para Mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 15 Desember 2025



Ahmad Fakhrurozy

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERAN *CREATIVE MARKETING INTERN* PADA

PERUSAHAAN ALVA GROUP

Ahmad Fakhrurozy

ABSTRAK

Isu keberlanjutan dan meningkatnya praktik *greenwashing* menuntut perusahaan yang mengusung produk ramah lingkungan untuk menerapkan strategi pemasaran yang transparan, kredibel, dan kreatif, khususnya melalui pemanfaatan digital marketing dan konten media sosial yang edukatif. Praktik kerja magang ini dilaksanakan di ALVA Group untuk mengkaji peran *creative marketing* dalam mengomunikasikan komitmen keberlanjutan melalui tiga brand, yaitu ALVAboard, ALVApipes, dan KUBO Kids, serta kontribusinya dalam membangun kepercayaan konsumen dan mendorong *green consumerism*. Dalam pelaksanaannya, penulis berperan sebagai *creative marketing intern* yang bertanggung jawab dalam proses pembuatan konten media sosial, mulai dari pencarian ide, perancangan konsep, produksi, penyuntingan video, hingga publikasi konten. Selain produksi konten, penulis juga terlibat dalam aktivitas pendukung lainnya seperti *brand collaboration* dan *event*. Selama pelaksanaan kerja magang, penulis menghadapi beberapa kendala, terutama terkait proses produksi konten dan keterbatasan fasilitas, yang kemudian diatasi melalui inisiatif pribadi serta dukungan dari pihak perusahaan. Pengalaman kerja magang ini memberikan pemahaman praktis mengenai peran *creative marketing* dalam strategi komunikasi pemasaran berkelanjutan di lingkungan kerja profesional.

Kata kunci: *Greenwashing*, Komunikasi Pemasaran, *Creative Marketing*, *Content Creator*, ALVA Group

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

THE ROLE OF THE CREATIVE MARKETING INTERN IN

ALVA GROUP COMPANY

Ahmad Fakhrurozy

ABSTRACT

Sustainability issues and the increasing practice of greenwashing require companies that offer environmentally friendly products to implement transparent, credible, and creative marketing strategies, particularly through the use of digital marketing and educational social media content. This internship program was conducted at ALVA Group to examine the role of creative marketing in communicating sustainability commitments through three brands ALVAboard, ALVApipes, and KUBO Kids and its contribution to building consumer trust and encouraging green consumerism. During the internship, the author served as a creative marketing intern responsible for the social media content creation process, including idea generation, concept development, content production, video editing, and content publication. In addition to content production, the author was also involved in supporting activities such as brand collaborations and events. Throughout the internship, several challenges were encountered, particularly related to content production processes and limited facilities, which were subsequently addressed through personal initiatives and support from the company. Overall, this internship experience provided practical insights into the role of creative marketing in sustainable marketing communication strategies within a professional work environment.

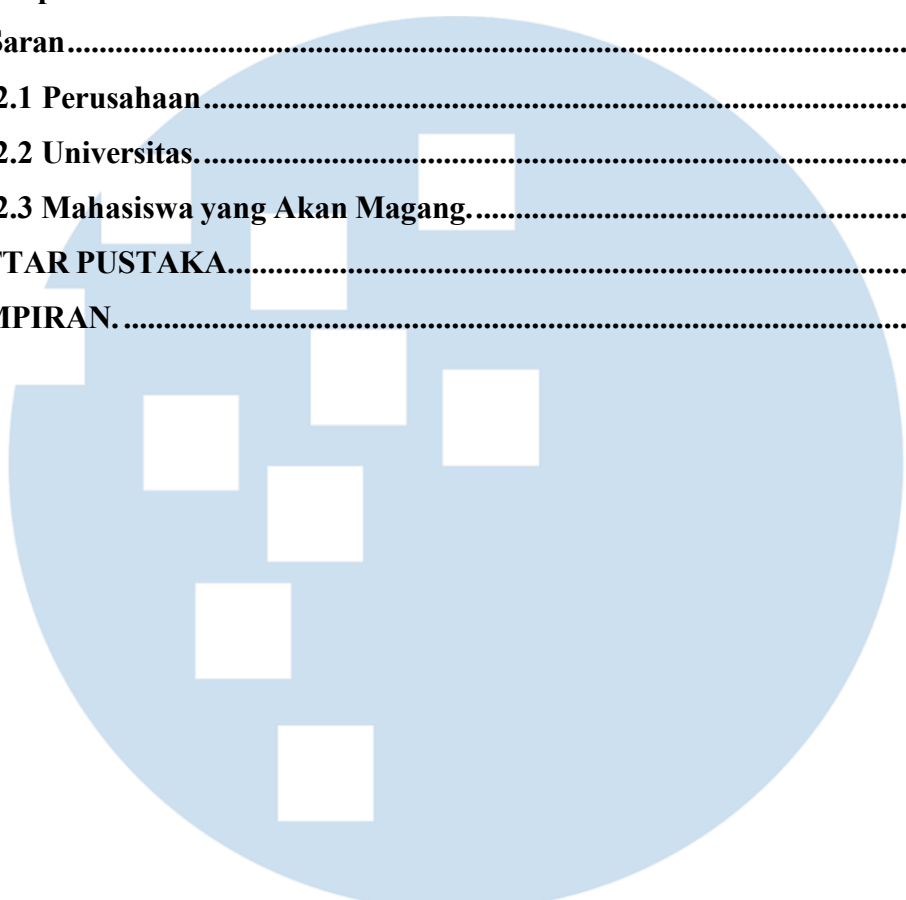
Keywords: *Greenwashing, Marketing Communication, Creative Marketing, Content Creator, ALVA Group*

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.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN	
PUBLIKASI	
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	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.....	6
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	7
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang.....	7
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	7
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	9
2.1 Profil ALVA Group.....	9
2.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	12
2.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	13
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....	17
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	17
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	18
3.2.1 Tugas Kerja Magang.....	20
3.2.2 Uraian Kerja Magang.....	22
3.3 Kendala yang Ditemukan.....	38
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	39
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN.....	41

4.1 Simpulan.....	41
4.2 Saran.....	42
4.2.1 Perusahaan.....	42
4.2.2 Universitas.....	42
4.2.3 Mahasiswa yang Akan Magang.....	42
DAFTAR PUSTAKA.....	44
LAMPIRAN.....	46

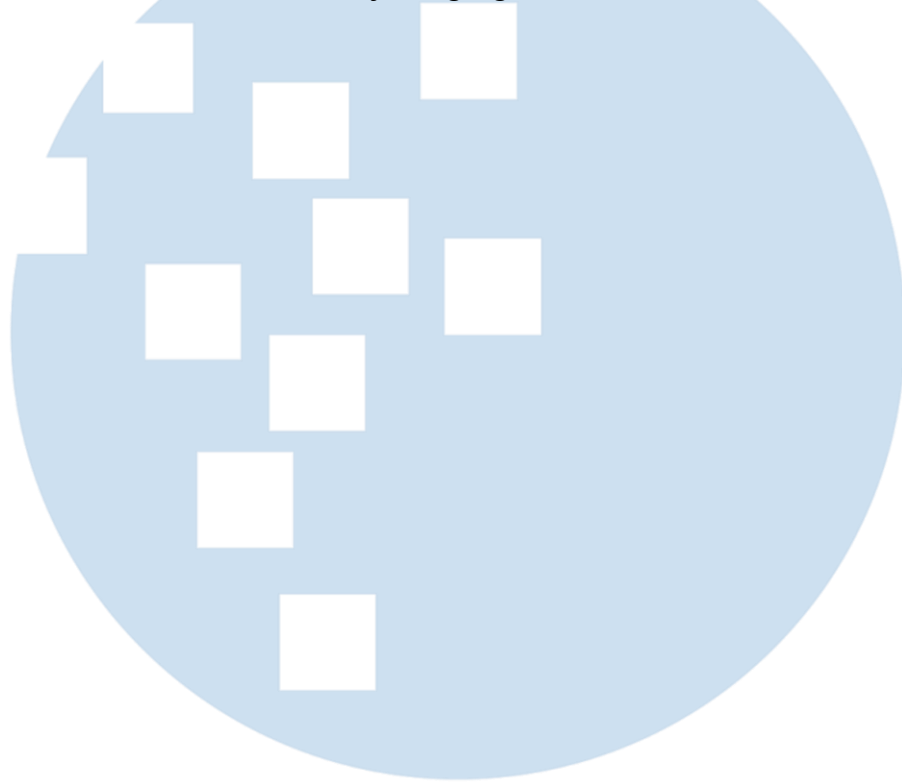


UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Deskripsi Pekerjaan Divisi Creative Marketing Intern	22
Tabel 3. 2 Timeline Aktivitas Kerja Magang Penulis	22



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Penggunaan produk berkelanjutan di Indonesia	1
Gambar 2. 1 Logo ALVA group	9
Gambar 2. 2 Logo ALVApipeline.....	10
Gambar 2. 3 Logo ALVABoard.....	11
Gambar 2. 4 Logo KUBO Kids.....	12
Gambar 2. 5 Struktur Organisasi ALVA group	13
Gambar 2. 6 Struktur Departemen Marketing.....	14
Gambar 3. 1 Alur Kerja Creative Marketing Intern	18
Gambar 3. 2 Riwayat Observasi Tren Tiktok.....	25
Gambar 3. 3 Editorial Plan Creative Marketing Intern	27
Gambar 3. 4 Pilar Konten dalam Editorial Plan	28
Gambar 3. 5 Contoh Skrip Konten	29
Gambar 3. 6 Penulis Dalam Pembuatan Konten Menjadi Talent.....	30
Gambar 3. 7 Penulis Mengedit Konten	31
Gambar 3. 8 Hasil Cover.....	32
Gambar 3. 9 Publikasi konten TikTok ALVApipeline dan KUBO Kids.....	33
Gambar 3. 10 Publikasi Konten Podcast ALVABoard dan ALVApipeline	34
Gambar 3. 11 Meeting dengan Brand Mitra.....	36
Gambar 3. 12 Brief Konten dari Graphic Designer Staff.....	37
Gambar 3. 13 Penulis melakukan produksi konten di lokasi	38
Gambar 3. 14 Kegiatan Event ALVApipeline Support.....	40
Gambar 3. 15 Kegiatan Event KUBO Kids di Indonesia Maternity, Baby & Kids Expo 2025.....	41
Gambar 3. 16 Konten Event	42

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 1 Surat Pengantar MBKM – MBKM 01.....	51
Lampiran 2 Kartu MBKM – MBKM 2.....	52
Lampiran 3 Daily Task.....	53
Lampiran 4 Lembar Verifikasi MBKM-04.....	54
Lampiran 5 Surat Penerimaan MBKM.....	55
Lampiran 6 Lampiran Bimbingan Magang.....	56
Lampiran 7 Hasil Turnitin.....	57
Lampiran 8 Hasil Magang.....	58

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA