

**AKTIVITAS MARKETING COMMUNICATION INTERN DI
PT JAKARTA AKUARIUM INDONESIA**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Aaron Nathanael Alwi

00000067988

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
STRATEGIC COMMUNICATION
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**AKTIVITAS MARKETING COMMUNICATION INTERN DI
PT JAKARTA AKUARIUM INDONESIA**



Aaron Nathanael Alwi

00000067988

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
STRATEGIC COMMUNICATION**

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Aaron Nathanael Alwi

Nomor Induk Mahasiswa : 00000067988

Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

Aktivitas Marketing Communication Intern di PT Jakarta Aquarium Indonesia 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, 16 Desember 2025



Aaron Nathanael Alwi

UMM
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan Magang dengan Judul
**AKTIVITAS MARKETING COMMUNICATION INTERN DI PT JAKARTA
AKUARIUM INDONESIA**

Oleh

Nama : Aaron Nathanael Alwi
NIM : 00000067988
Program Studi : Komunikasi Strategis
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Magang universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 16 Desember 2025

Pembimbing

Dr. Indiwani Seto Wahjuwibowo, M.Si
NIDN 0308036601

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugerah Bangun, M.Si
NIDN 0304078404

HALAMAN PERNYATAAN KEABSAHAN PERUSAHAAN

Nama : Aaron Nathanael Alwi
NIM : 00000067988
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Strategic Communication

menyatakan bahwa saya melaksanakan kegiatan di:

Nama Perusahaan/Organisasi : PT Jakarta Aquarium Indonesia
Alamat : Letjen S.Parman St No.106, RT.3/RW.3, South Tanjung Duren,
Grogol Petamburan, West Jakarta City, Jakarta 11470

Email Perusahaan/Organisasi : tnc.coordinator@jakartaaquariumsafari.com

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.

Jakarta, 28 Januari 2026,

Mengetahui


Jakarta Aquarium Safari

(Septian Maulana)

Menyatakan


E60ANX199412384

(Aaron Nathanael Alwi)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul

AKTIVITAS *MARKETING COMMUNICATION INTERN*

DI PT JAKARTA AKUARIUM INDONESIA

Oleh

Nama : Aaron Nathanael Alwi

NIM : 00000067988

Program Studi : Komunikasi Strategis

Fakultas : Ilmu Komunikasi

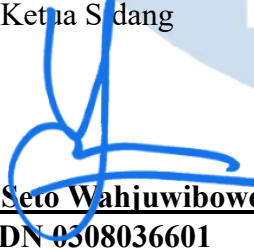
Telah diujikan pada hari Selasa, 13 Januari 2026

Pukul 14.00 s/d 15.00 dan dinyatakan

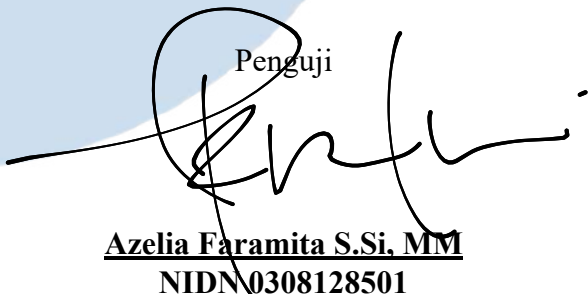
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

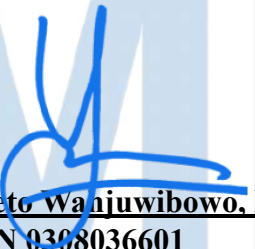
Ketua Sidang


Dr. Indiwan Seto Wahjuwibowo, M.Si
NIDN 0308036601

Penguji


Azelia Faramita S.Si, MM
NIDN 0308128501

Pembimbing


Dr. Indiwan Seto Wahjuwibowo, M.Si
NIDN 0308036601

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Cendera Rizky Anugerah Bangun, M.Si
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

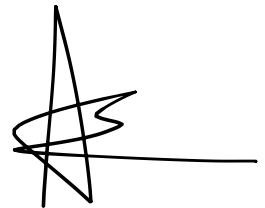
Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Aaron Nathanael Alwi
Nomor Induk Mahasiswa : 00000067988
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Jenis Karya : Laporan Magang
Judul Karya Ilmiah : Aktivitas Marketing Communication Intern di PT Jakarta
Akuarium 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, 16 Desember 2025



(Aaron Nathanael Alwi)

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

“AKTIVITAS MARKETING COMMUNICATION INTERN DI PT JAKARTA AKUARIUM INDONESIA”

dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Pada fakultas Strategic Communication 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 Universitas Multimedia Nusantara.
3. Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Dr. Indiwani Seto Wahyu Wibowo, M.Si sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Ritzka Yauma Putri Driarkoro, S.M., M.M. selaku Pembimbing Lapangan yang telah dengan sabar memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi kepada penulis selama pelaksanaan kegiatan MBKM Penelitian, sehingga laporan ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
6. PT Jakarta Aquarium Safari yang telah menjadi tempat pelaksanaan magang, serta memberikan kesempatan, ilmu, pengalaman, dan lingkungan kerja yang mendukung sehingga penulis dapat mengembangkan keterampilan profesional secara langsung.
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan, dukungan, serta doa, baik secara material maupun moral, sehingga penulis dapat menjalani seluruh rangkaian kegiatan MBKM dengan lancar dan menyelesaikan penyusunan laporan ini dengan baik. Dukungan dan

kepercayaan yang diberikan menjadi motivasi utama bagi penulis dalam menghadapi setiap proses dan tantangan selama praktik kerja magang.

8. Fredella Ganesha selaku sahabat yang telah memberikan dukungan dan motivasi pelaksanaan praktik kerja magang hingga proses penyusunan laporan ini.

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

Tangerang, 16 Desember 2025



(Aaron Nathanael Alwi)



AKTIVITAS MARKETING COMMUNICATION INTERN DI PT JAKARTA AKUARIUM INDONESIA

Aaron Nathanael Alwi

ABSTRAK

Perkembangan zaman yang terus berubah menyebabkan minat masyarakat juga berubah dengan cepat, sehingga perusahaan perlu menerapkan strategi pemasaran yang relevan dan adaptif. Salah satu strategi yang banyak digunakan adalah event, karena mampu memberikan pengalaman langsung kepada audiens dan membangun keterlibatan yang lebih kuat dibandingkan strategi pemasaran lainnya. Jakarta Aquarium & Safari (JAQS) sebagai destinasi wisata edukasi memanfaatkan event sebagai bagian dari strategi komunikasi pemasarannya melalui divisi marketing communication. Praktik kerja magang ini bertujuan untuk memberikan pengalaman kerja secara langsung, mengimplementasikan pengetahuan yang telah diperoleh selama perkuliahan, serta memahami sistem kerja korporat dan koordinasi tim di lingkungan profesional. Selama menjalani magang sebagai *Marketing Communication Intern*, penulis terlibat terutama dalam pengelolaan event, mulai dari perancangan konsep, proses koordinasi, pengawasan persiapan, pelaksanaan event, hingga evaluasi kegiatan. Selain itu, penulis juga membantu tim digital marketing dalam pembuatan konten serta pengelolaan *Key Opinion Leader* (KOL). Melalui keterlibatan tersebut, penulis menerapkan konsep *5C's of Event Management* dan memperoleh pembelajaran mengenai kerja sama tim, komunikasi organisasi, serta kemampuan *problem solving* sebagai bekal untuk menghadapi dunia kerja.

Kata kunci: Event Marketing, Marketing Communication, PT Jakarta Aquarium Indonesia

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**MARKETING COMMUNICATION INTERN ACTIVITIES at
PT JAKARTA AKUARIUM INDONESIA**

Aaron Nathanael Alwi

ABSTRACT (*English*)

Rapid changes in society have led to shifts in public interests, requiring companies to implement marketing strategies that are both relevant and adaptive. One strategy that is widely used is event marketing, as it provides direct experiences and fosters stronger audience engagement compared to other marketing approaches. Jakarta Aquarium & Safari (JAQS), as an educational tourism destination, utilizes events as part of its marketing communication strategy through the marketing communication division. This internship program aimed to provide hands-on work experience, implement knowledge gained during academic studies, and understand corporate work systems and team coordination in a professional environment. During the internship as a Marketing Communication Intern, the author was primarily involved in event management activities, including concept development, coordination processes, preparation supervision, event execution, and post-event evaluation. In addition, the author supported the digital marketing team in content creation and the management of Key Opinion Leaders (KOL). Through this experience, the author applied the 5C's of Event Management concept and gained valuable insights into teamwork, organizational communication, and problem-solving skills as preparation for entering the professional workforce.

Keywords: Event Marketing, Marketing Communication, PT Jakarta Aquarium Indonesia



DAFTAR ISI

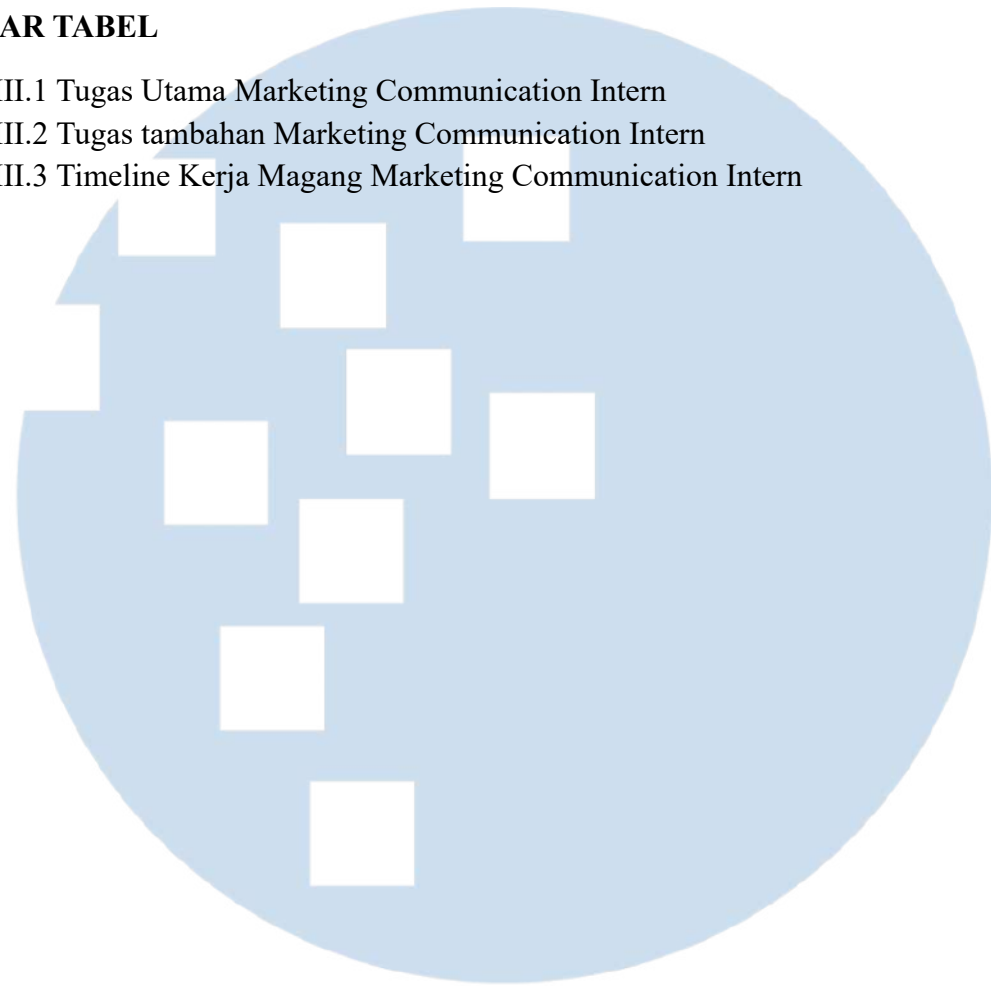
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT (<i>English</i>)	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan kerja Magang	4
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	5
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	5
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	5
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	7
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	7
2.1.1 Visi Misi	10
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	10
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	15
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	15
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	16
3.2.1 Tugas dan Kerja Magang	16
3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang	19
3.2.2.1 <i>Concept</i>	19
3.2.2.2 <i>Coordination</i>	26
3.2.2.3 <i>Control</i>	32

3.2.2.4	<i>Culmination</i>	37
3.2.2.5	<i>Closeout</i>	42
3.2.2.6	<i>Content Creator</i>	45
3.2.2.7	<i>KOL Specialist</i>	49
3.3	Kendala yang ditemukan	51
3.4	Solusi atas Kendala yang Ditemukan	52
BAB IV	SIMPULAN DAN SARAN	53
4.1	Simpulan	53
4.2	Saran	55
4.2.1	Perusahaan	55
4.2.2	Universitas	56
4.2.3	Mahasiswa yang Akan Magang	57
DAFTAR PUSTAKA		58
LAMPIRAN		59



DAFTAR TABEL

Tabel III.1 Tugas Utama Marketing Communication Intern	17
Tabel III.2 Tugas tambahan Marketing Communication Intern	18
Tabel III.3 Timeline Kerja Magang Marketing Communication Intern	18



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Grafik Destinasi Wisata Pilihan 2024	1
Gambar II.1 Logo JAQS	7
Gambar II.2 Suasana JAQS	8
Gambar II.3 Zona 5 JAQS	9
Gambar II.4 Swirl Tank JAQS	9
Gambar II.5 Struktur Organisasi JAQS 2025	11
Gambar II.6 Struktur Organisasi Divisi Marketing JAQS 2025	12
Gambar III.1 Alur Komunikasi Kerja Magang	15
Gambar III.2 Konsep & tema zona	19
Gambar III.3 Pengusulan ide nama tunnel	20
Gambar III.4 Konsep dekorasi zona	21
Gambar III.5 Deck Aktivitas <i>Nocturna</i>	21
Gambar III.6 Target audience <i>Nocturna</i>	22
Gambar III.7 Event Objective <i>Nocturna</i>	22
Gambar III.8 Konsep pertunjukkan “ <i>Between 2 Worlds</i> ”	23
Gambar III.9 Deck tema <i>Blissful Fairyland</i>	24
Gambar III.10 Proses diskusi tema	24
Gambar III.11 <i>Blissful Fairyland Event Objective</i>	25
Gambar III.12 Konsep <i>Installation Games</i>	25
Gambar III.13 Diskusi dengan vendor	26
Gambar III.14 Proses asistensi design dari graphic designer	27
Gambar III.15 Tabel prospek artis & <i>approaching</i>	28
Gambar III.16 <i>Rundown</i> acara <i>NOCTURNA</i>	28
Gambar III.17 <i>Technical Meeting</i>	29
Gambar III.18 Diskusi dengan tim <i>entertain</i> dan <i>mermaid</i>	30
Gambar III.19 <i>Plan Carnival Games</i>	31
Gambar III.20 <i>Request design</i> elemen <i>games</i>	31
Gambar III.21 Proses pembuatan dan pemasangan <i>games</i>	32
Gambar III.22 <i>Design Signage Games</i>	33
Gambar III.23 <i>Technical meeting</i> dengan tim Fabio Asher	34
Gambar III.24 Tabel List kebutuhan dekorasi	34
Gambar III.25 Proses assisting pembuatan alat	35
Gambar III.26 Rehearsal <i>Between 2 Worlds</i>	36
Gambar III.27 Membuat list pembelian dan kordinasi dengan tim finance	36
Gambar III.28 Asistensi pembuatan <i>games</i>	37
Gambar III.29 Mengawasi pemasangan tunnel & kerusakan pada instalasi	38
Gambar III.30 Handle stage & menjadi LO acara	39
Gambar III.31 Pelaksanaan Event <i>NOCTURNA</i>	39
Gambar III.32 <i>Form Paging Mall</i>	40
Gambar III.33 Pertunjukkan <i>Between 2 Worlds</i>	41
Gambar III.34 Dekorasi tunnel & rainforest	41
Gambar III.35 Analisis dan pengumpulan data penutup event <i>Nocturna</i>	43

Gambar III.36 Evaluasi dari <i>Entertainment Manager</i>	44
Gambar III.37 Editorial Plan Nov 2025	45
Gambar III.38 <i>Whatsapp</i> sebagai media bertukar referensi ide konten	46
Gambar III.39 Koordinasi proses <i>shooting</i>	47
Gambar III.40 Menjadi <i>talent</i> pada konten video	47
Gambar III.41 Menjadi assistant director dalam shooting campaign	48
Gambar III.42 Proses Sortir KOL	50
Gambar III.43 Proses <i>approaching</i> KOL	51



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Pengantar MBKM - MBKM 01	59
Lampiran B Kartu MBKM - MBKM 02	60
Lampiran C Daily Task MBKM - MBKM 03	62
Lampiran D Lembar Verifikasi Laporan MBKM - MBKM 04	85
Lampiran E Surat Penerimaan MBKM (LoA)	87
Lampiran F <i>Form</i> Bimbingan Magang	88
Lampiran G Hasil Turnitin	89

