

**AKTIVITAS *MEDIA PLANNER* PADA AGENSI MEDIA
PERIKLANAN PT INTER PARIWARA GLOBAL
(UM INDONESIA)**



LAPORAN MAGANG

JESSICA NADYA HANSIGA

00000033544

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2022**

**AKTIVITAS *MEDIA PLANNER* PADA AGENSI MEDIA
PERIKLANAN PT INTER PARIWARA GLOBAL
(UM INDONESIA)**



LAPORAN MAGANG

Diajukan guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Jessica Nadya Hansiga

00000033544

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2022

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Jessica Nadya Hansiga

NIM : 00000033544

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul :

Aktivitas *Media Planner* Pada Agensi Media Periklanan PT Inter Pariwara Global (UM 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 skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 15 Desember 2021



(Jessica Nadya Hansiga)

UMIN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan magang dengan judul
“Aktivitas *Media Planner* Pada Agensi Media Periklanan PT Inter Pariwara
Global (UM Indonesia)”

Oleh

Nama : Jessica Nadya Hansiga
NIM : 00000033544
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 4 Januari 2022
Pukul 14.00 s/d 15.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang


Selvi Amalia, S.Pi., M.Si
0325108004

Penguji


Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si.
0308117706

Pembimbing


Selvi Amalia, S.Pi., M.Si
0325108004

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi


Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si.
0308117706

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Jessica Nadya Hansiga
NIM : 00000033544
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : 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 *Media Planner* Pada Agensi Media Periklanan PT Inter Pariwara Global (UM Indonesia)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 15 Desember 2021

Yang menyatakan,



(Jessica Nadya Hansiga)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas terbentuknya laporan magang ini dengan judul “Aktivitas *Media Planner* pada Agensi Media Periklanan PT Inter Pariwara Global (UM Indonesia)” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana 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 saya tidak dapat menyelesaikan laporan magang ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Bapak Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Selvi Amalia, S.Pi., M.Si, sebagai Pembimbing Magang yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas selesainya laporan magang ini.
5. Mbak Ayu Damayanti, selaku Pimpinan Perusahaan dan Pembimbing Lapangan yang telah memberikan arahan pada saat praktik kerja magang berlangsung.
6. Orang tua dan saudara/i yang telah memberikan dukungan material dan moral setiap harinya sehingga saya dapat menyelesaikan laporan magang ini.
7. Seluruh sahabat dan teman-teman yang telah memberikan dukungan sehingga saya dapat menyelesaikan laporan magang ini.

Semoga laporan magang ini bermanfaat, baik sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi bagi para pembaca.

Tangerang, 15 Desember 2021



(Jessica Nadya Hansiga)

ABSTRAK

AKTIVITAS *MEDIA PLANNER* PADA MEDIA AGENSI PT INTER PARIWARA GLOBAL (UM INDONESIA)

Jessica Nadya Hansiga

Pertumbuhan teknologi telah mengubah kehidupan manusia menjadi semakin modern dan dinamis. Hal tersebut juga menyebabkan banyak ide dan inovasi yang terjadi pada berbagai sektor industri, tak terkecuali pada industri kreatif. Persaingan yang terjadi pada perusahaan-perusahaan industri kreatif akan semakin kompetitif dan dituntut untuk dapat mempertahankan eksistensinya ditengah pertumbuhan dan kemajuan teknologi. Sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di industri kreatif, perusahaan agensi media periklanan ditantang untuk dapat menyesuaikan diri dan membuat terobosan untuk dapat menarik perhatian audiens. The Interpublic Group of Companies (IPG) yang berpusat di Amerika yang semula hanya fokus di bidang periklanan, kini membentuk perusahaan media bernama UM yang ditujukan untuk dapat menentukan media yang tepat untuk beriklan. Perusahaan ini juga melebarkan sayapnya di Indonesia dan dikenal sebagai PT Inter Pariwara Global (UM Indonesia). Praktik kerja magang dilakukan di PT Inter Pariwara Global di bawah naungan divisi *Media Planner*. Pelaksanaan praktik kerja magang ditujukan agar dapat mempelajari aktivitas dan sistem kerja yang dilakukan oleh profesi *media planner*, melatih dan memperkaya *hard skill* dan *soft skill* di dalam dunia kerja bidang komunikasi yang sesungguhnya, mengaplikasikan ilmu yang didapat semasa kuliah, dan memperluas *networking*. Laporan magang ini membahas mengenai aktivitas kegiatan komunikasi khususnya *research*, *profiling consumer*, dan menyusun *campaign ideation* yang dilandasi oleh *brainstorming*. Penjabaran konsep dalam laporan ini memuat konsep yang berkaitan dengan komunikasi pemasaran.

Kata Kunci: *brainstorming*, *campaign ideation*, komunikasi pemasaran, *media planner*, *profiling consumer*, *research*

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

ABSTRACT

MEDIA PLANNER ACTIVITIES IN PT INTER PARIWARA GLOBAL MEDIA AGENCY (UM INDONESIA)

Jessica Nadya Hansiga

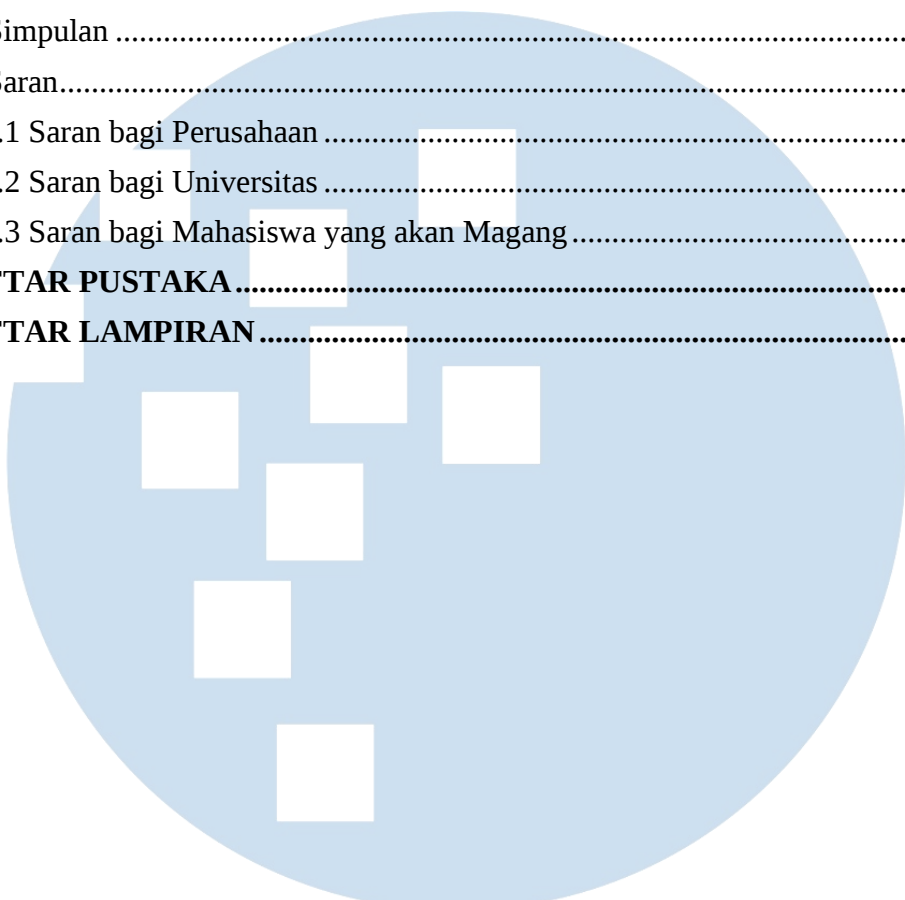
The growth of technology has changed human life become more modern and dynamic. This also causes many ideas and innovations to occur in various industrial sectors, including the creative industry. The competition that occurs in creative industry companies will be increasingly competitive and are required to be able to maintain their existence in the midst of growth and technological progress. As one of the companies engaged in the creative industry, advertising media agency companies are challenged to be able to adapt and make breakthroughs to be able to attract the attention of the audience. The Interpublic Group of Companies (IPG) based in America, which initially only focused on advertising, has now formed a media company called UM which aims to determine the right media for advertising. The company also spreads its wings in Indonesia and is known as PT Inter Pariwara Global (UM Indonesia). Participants have the opportunity to do internships at PT Inter Pariwara Global under the auspices of the Media Planner division. The implementation of the internship practice is intended to be able to learn the activities and work systems carried out by the media planner profession, train and enrich hard skills and soft skills in the real world of work in the field of communication, apply the knowledge gained during college, and expand networking. This internship report discusses communication activities, especially research, consumer profiling, and preparing campaign ideation based on brainstorming. The elaboration of concepts in this report contains concepts related to marketing communications.

Keywords: brainstorming, campaign ideation, marketing communication, media planner, profiling consumer, research

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 JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Kerja Magang	4
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	5
1.3.1 Waktu Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	5
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	6
BAB 2 GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	8
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	8
2.1.1 Profil Perusahaan	8
2.1.2 Visi dan Misi PT Inter Pariwara Global (UM Indonesia).....	9
2.1.3 Logo Perusahaan.....	10
2.2 Struktur Organisasi PT Inter Pariwara Global	11
2.3 Ruang Lingkup Kerja <i>Media Planner</i>	13
BAB 3 PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....	15
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	15
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	16
3.2.1 Tugas yang Dilakukan	16
3.2.2 Uraian Kerja Magang	17
3.2.3 Kendala yang Ditemukan	38
3.2.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	38
BAB 4 SIMPULAN DAN SARAN.....	40



4.1 Simpulan	40
4.2 Saran.....	41
4.2.1 Saran bagi Perusahaan	41
4.2.2 Saran bagi Universitas	41
4.2.3 Saran bagi Mahasiswa yang akan Magang	42
DAFTAR PUSTAKA.....	43
DAFTAR LAMPIRAN	44

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Profil Perusahaan PT Inter Pariwara Global	9
Tabel 3.1 <i>Timeline</i> Praktik Kerja Magang	17



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Media Digital Untuk Beriklan	3
Gambar 1.2 Tahapan Media Plan	4
Gambar 2.1 Perkembangan Logo UM Indonesia	10
Gambar 2.2 Struktur Organisasi UM Indonesia	12
Gambar 3.1 Riset Kompetitor Toyota – <i>Activity Overview</i>	18
Gambar 3.2 Deck Riset Kompetitor Toyota – <i>Activity Overview</i>	18
Gambar 3.3 Deck Riset Kompetitor Oriflame – <i>Activity Overview</i>	19
Gambar 3.4 Deck Riset Kompetitor Oriflame – <i>TVC Activity Overview</i>	20
Gambar 3.5 Deck Riset Kompetitor Oriflame – <i>Brand Leader</i>	20
Gambar 3.6 Deck Riset Kompetitor Oriflame – <i>GRP</i>	21
Gambar 3.7 Penggunaan Riset dalam Perencanaan Komunikasi Pemasaran.....	27
Gambar 3.8 Deck Riset Tren di Kalangan Milenial	22
Gambar 3.9 Deck Riset Tren di Kalangan Milenial	22
Gambar 3.10 Netflix <i>Consumer Insight</i> – Listing Pertanyaan	24
Gambar 3.11 Netflix <i>Consumer Insight</i> – Jawaban Pertanyaan	24
Gambar 3.12 Spotify <i>Consumer Insight</i>	25
Gambar 3.13 Spotify <i>Consumer Insight</i> – <i>How gen Z learn lyrics?</i>	25
Gambar 3.14 Spotify <i>Consumer Insight</i> – <i>How gen Z learn lyrics?</i>	25
Gambar 3.15 Workshop <i>Profiling Consumer</i>	31
Gambar 3.16 <i>Briefing & Brainstorming</i>	34
Gambar 3.17 <i>Communication Brief</i>	34
Gambar 3.18 Contoh <i>Campaign Ideation</i> – <i>Creative Media</i>	35
Gambar 3.19 Contoh <i>Campaign Ideation</i> – <i>Social Media</i>	35
Gambar 3.20 <i>Media Recommendation</i>	36

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