



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

LAPORAN KERJA MAGANG
KEGIATAN *CYBER PUBLIC RELATIONS* UNTUK PROMOSI *EVENT*
(KEGIATAN *DIGITAL PUBLICATION* DIVISI *PUBLIC RELATIONS* DYANDRA
PROMOSINDO)



NAMA : ATIYA ANINDITA
NIM : 10120110162
FAKULTAS : ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI : MULTIMEDIA PUBLIC RELATIONS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG

2013

PENGESAHAN LAPORAN KERJA MAGANG

KEGIATAN *CYBER PUBLIC RELATIONS* ATAU *E-PR* UNTUK PROMOSI *EVENT*

DI DYANDRA PROMOSINDO

Oleh

NAMA : ATIYA ANINDITA
NIM : 10120110162
FAKULTAS : ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI : MULTIMEDIA PUBLIC RELATIONS

Tangerang, 29 November 2013

Menyetujui,

Pembimbing,

Penguji,

(Syarifah Amelia, S. Sos., M.Si)

(Dra. Lidia Evelina, M.M)

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Bertha Sri Eko M., M.Si)

**LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT
DALAM PENYUSUNAN LAPORAN KERJA MAGANG**

Dengan ini saya :

Nama : Atiya Anindita
NIM : 10120110162
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa saya telah melaksanakan praktik kerja magang :

Nama Perusahaan : PT Dyandra Promosindo
Divisi : Public Relations Staff
Alamat : The Jakarta City Tower Lantai 7 Jl.
MH Thamrin Jakarta Pusat
Periode Magang : 15 Juli 2013 – 30 September 2013
Pembimbing Lapangan : Mirna Gozal

Laporan kerja magang merupakan hasil karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan plagiat. Semua kutipan karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam laporan kerja magang ini telah saya sebutkan sumber kutipannya serta saya cantumkan di Daftar Pustaka.

Jika kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan baik dalam pelaksanaan kerja magang maupun dalam penulisan laporan kerja magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan tidak lulus untuk mata kuliah kerja magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 29 November 2013

(Atiya Anindita)

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI PUBLIC RELATIONS**

ABSTRAK

Komunikasi merupakan salah satu kebutuhan manusia untuk bertahan hidup. Tanpa komunikasi manusia akan menemui banyak kesulitan dalam menjalani kehidupannya. Tak berbeda dengan perusahaan, tanpa komunikasi yang baik dengan khalayaknya, perusahaan akan sulit berkembang dan mencapai tujuan-tujuannya. Komunikasi yang dijalankan oleh sebuah perusahaan, membutuhkan sebuah fungsi manajemen yang dinamakan *Public Relations*. Salah satu fungsi *Public Relations* adalah *Website Development and Web Interface*, mengingatkan penulis tentang betapa pentingnya internet dalam berkomunikasi di era teknologi ini. Internet sendiri telah merubah cara organisasi untuk berkomunikasi dengan khalayaknya. Hal ini membuat munculnya fenomena *Cyber Public Relations* atau PR 2.0 yaitu inisiatif PR yang menggunakan internet sebagai sarana publisitas.

Internet telah membuat para pelaku PR juga memanfaatkan media online karena media ini membantu PR untuk memonitor citra dan reputasi organisasi yang terbentuk di dunia maya. Dalam dunia nyata, anda dapat menyembunyikan identitas organisasi anda dan hanya produk anda yang dikedepankan. Namun begitu anda menggunakan internet, semua informasi yang berhubungan dengan organisasi anda dapat dilihat langsung oleh khalayak, mulai dari pelanggan, investor, jurnalis dan bahkan kompetitor.

Tugas yang diberikan selama praktik kerja magang pada divisi Public Relations adalah *Digital Publication*, membuat *Press Release*, *Online Media Monitoring*, mendistribusikan ID Pers IIMS 2013, membuat *data base*, mendistribusikan *voucher* dan *souvenir* APM, dan membantu pelaksanaan *Press Conference*.

Berdasarkan praktik kerja magang yang penulis lakukan selama dua setengah bulann, penulis melihat bagaimana divisi *Public Relations* berperan sangat penting saat suatu acara akan diselenggarakan, banyak hal yang harus diperhatikan untuk membuat suatu acara berjalan dengan sukses. Salah satu hal terpentingnya adalah komunikasi. Penulis juga melihat dan merasakan sendiri bagaimana dunia kerja dan dapat mempelajari seratnya menyocokkan teori dan praktek yang ada di lapangan.

Kata Kunci : Komunikasi, *Public Relations*, *Cyber Public Relations*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT beserta junjungan-Nya Nabi Muhammad SAW atas berkah dan rahmat yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan magang yang berjudul “*KEGIATAN CYBER PUBLIC RELATIONS ATAU E-PR UNTUK PROMOSI EVENT DI DYANDRA PROMOSINDO*”. Laporan magang ini disusun dalam rangka memenuhi persyaratan untuk menyelesaikan studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.

Dalam menyusun laporan magang ini, penulis mendapat banyak bantuan berupa materiil maupun non materiil dari pihak-pihak tertentu. Baik secara langsung maupun tidak langsung. Maka pada kesempatan ini, perkenankan penulis untuk mengucapkan terima kasih banyak kepada:

1. Ibu Dr. Bertha Sri Eko M., M.Si. Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah bersedia memberikan petunjuk yang sangat berguna seputar penyusunan laporan magang.
2. Ibu Syarifah Amelia, S.Sos., M.Si. Dosen Pembimbing laporan magang yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing penulis selama proses penyusunan laporan magang.
3. Ibu Dra. Lidia Evelina, M.M, dosen penguji yang sudah bersedia untuk memberi masukan yang berguna demi perbaikan dari segala kekurangan yang ada dalam penyusunan laporan magang ini.
4. Seluruh dosen pengajar di Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah memberi banyak pelajaran berupa praktek dan teori sebagai bekal melaksanakan praktek kerja magang.
5. Mbak Mirna selaku PR Manager PT Dyandra Promosindo yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk bisa melakukan praktik kerja magang dan senantiasa memberi bimbingan selama magang berlangsung.
6. Mbak Putri, Mbak Ezra, Mbak Rini Mbak Noy, Putri Ariani dan rekan-rekan magang di Dyandra Promosindo yang telah menjadi mentor sekaligus teman baik penulis selama kerja magang berlangsung.
7. Mama (Febri Astuty) dan Kakak (Adhika Patria) yang telah memberi dukungan penuh, semangat dan doa bagi penulis untuk menyelesaikan laporan magang.

8. Bapak (Sigit Tandyono) yang selalu memberi semangat dan dukungan kepada penulis.
9. Andrew David Nazmi yang selalu memberikan semangat dan doa serta banyak membantu penulis untuk menyelesaikan laporan magang ini.
10. Lathfia Ameera, Dara Hermita, Natasha Alana, Shereena Ruby dan teman-teman Ilkom 2010 lainnya yang telah menjadi teman seperjuangan selama kuliah.

Penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan baik pada teknik penulisan laporan maupun materi yang diuraikan dalam laporan magang yang telah penulis susun. Oleh karena itu, penulis tidak menutup diri untuk menerima kritik dan saran yang sifatnya membangun. Dan akhir kata, penulis berharap semoga laporan magang ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Tangerang, 29 November 2013

Penulis

UMMN

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN MAGANG	i
LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT.....	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 TUJUAN KERJA MAGANG.....	5
1.3 WAKTU DAN PROSEDUR KERJA MAGANG.....	6
BAB II. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
2.1 PROFIL PT. DYANDRA MEDIA INTERNATIONAL TBK.....	8
2.2.1 Logo PT. Dyandra Media International Tbk.....	10
2.2 PROFIL DYANDRA PROMOSINDO.....	10
2.2.2 Logo PT. DyandraPromosindo.....	12
2.3 STRUKTUR ORGANISASI DYANDRA PROMOSINDO.....	13
BAB III. PELAKSANAAN KERJA MAGANG	
3.1 KEDUDUKAN DAN KOORDINASI.....	14
3.2 TUGAS YANG DILAKSANAKAN.....	14
3.3 URAIAN PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....	17
3.3.1 Digital Publication.....	18
3.3.2 Membuat <i>Press Release</i>	26
3.3.3 Online Media Monitoring.....	27
3.3.4 Pendistribusian ID Pers IIMS 2013.....	28
3.3.5 Membuat Data Base.....	28
3.3.6 Pendistribusian Voucher dan Souvenir Agen Pemilik Merk.....	29
3.3.7 Membantu Pelaksanaan Press Conference.....	30
3.4 KENDALA YANG DITEMUKAN.....	30
3.4.1 Membuat Data Base.....	30
3.4.2 Digital Publication.....	31
3.4.3 Pendistribusian Voucher dan Souvenir Agen Pemilik Merk.....	31
3.4.4 Pendistribusian ID Pers IIMS 2013.....	31
3.5 SOLUSI ATAS KENDALA YANG DITEMUKAN.....	32
3.5.1 Membuat Data Base.....	32
3.5.2 Digital Publication.....	32

3.5.3 Pendistribusian Voucher dan Souvenir Agen Pemilik Merk.....	33
3.5.4 Pendistribusian ID Pers IIMS 2013.....	33

BAB IV.SIMPULAN DAN SARAN

4.1 SIMPULAN.....	34
4.2 SARAN.....	35
4.2.1 Saran untuk Perusahaan.....	35
4.2.2 Saran untuk Universitas.....	35

DAFTAR PUSTAKA.....	37
---------------------	----

LAMPIRAN.....	39
---------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo PT. Dyandra Media International.....	10
Gambar 2.2 Logo Dyandra Promosindo.....	12
Gambar 2.3 Struktur Organisasi Dyandra Promosindo.....	13
Gambar 3.1 Akun Facebook Dyandra Exhibition.....	20
Gambar 3.2 Akun Facebook Fan Page Jakarta Game Show 2013.....	21
Gambar 3.3 Akun Twitter Indocomtech 2013.....	22
Gambar 3.4 Akun Twitter Jakarta Gameshow 2013.....	23
Gambar 3.5 Akun Instagram IIMS 2013.....	24
Gambar 3.6 Akun Facebook Fan Page Indocomtech 2013.....	24
Gambar 3.7 Akun Twitter IIMS 2013.....	25
Gambar 3.8 Website Indocomtech 2013.....	26

UMMN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 TABEL PERKERJAAN <i>PUBLIC RELATIONS</i>	14
Tabel 3.2 TABEL TIMELINE AKTIVITAS <i>PR STAFF</i>	17
Tabel 3.3 DAFTAR AKUN <i>SOSIAL MEDIA</i>	19

