



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
AKTIVITAS ONLINE PUBLIC RELATIONS DI KAWAN LAMA RETAIL



Nama : Stephanie Sutanto
NIM : 12140110058
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Public Relations

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
Tangerang
2016

PENGESAHAN LAPORAN KERJA MAGANG

AKTIVITAS ONLINE PUBLIC RELATIONS DI KAWAN LAMA RETAIL

Oleh

Nama : Stephanie Sutanto

NIM : 12140110058

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Public Relations

Tangerang, 28 Juli 2016

Pembimbing

Penguji

C. Eko Hadi Saputro, S.E., M.M.

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

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 : Stephanie Sutanto
NIM : 12140110058
Program Studi : Ilmu Komunikasi – Public Relations

Menyatakan bahwa saya telah melaksanakan praktek kerja magang:

Nama Perusahaan : Kawan Lama Retail
Departemen : Marketing Communication
Periode Magang : 8 April 2016 - 7 Juli 2016
Pembimbing Lapangan : Arie Mohammad R.

Laporan kerja magang ini merupakan karya 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 dalam Daftar Pustaka.

Jika dikemudian 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 saya tempuh.

Tangerang, 16 Juli 2016

Stephanie Sutanto

ABSTRAK

Teknologi informasi di era globalisasi sekarang ini terus berkembang untuk mendorong terciptanya kebutuhan penerapan teknologi baru dalam perusahaan. Fungsi Public Relations tidak hanya menjalin hubungan dengan media konvensional namun juga terhadap media baru sebagai sarana komunikasi dengan stakeholder perusahaan. Sehingga terbentuklah digital Public Relations. Penggunaan media sosial dalam sebuah merek atau perusahaan merupakan sebuah saluran informasi untuk membangun citra dan reputasi. Maka dari itu, dalam pengerjaannya, diperlukan strategi dan taktik untuk dapat membangun citra yang tepat bagi perusahaan atau brand sesuai dengan karakter yang ingin dibentuk. Kawan Lama Retail merupakan salah satu perusahaan yang memiliki Social Media Content di dalam divisi Digital Marketing-nya.

Kawan Lama Retail adalah jaringan terkemuka di Indonesia yang memiliki lebih dari 300 toko di 31 provinsi. Aneka kebutuhan rumah tangga, gaya hidup, perlengkapan rumah, mainan, peralatan kantor, dan alat tulis disediakan Kawan Lama melalui ACE Hardware Indonesia, Informa, Toys Kingdom, Office 1 Superstore, dan Bike Colony. Selama pelaksanaan kerja magang, penulis ditempatkan di dalam divisi Digital Content. Tugas yang penulis lakukan seluruhnya terkait dengan implementasi penggunaan media sosial meliputi pembuatan posting plan untuk akun brand di Kawan Lama Retail, menulis artikel untuk konten website brand di Kawan Lama Retail dan sebagainya.

Berdasarkan pelaksanaan praktik kerja magang yang penulis lakukan di tim Digital Konten Kawan Lama Retail, penulis mendapatkan kesimpulan bahwa proses penyusunan dan pelaksanaan strategi online Public Relations tidak beda jauh dengan proses penyusunan strategi yang dilakukan pada PR konvensional, media sosial merupakan sarana untuk PR dalam menjalankan fungsinya secara menyeluruh, dan isi dalam penyusunan dan penulisan konten media sosial adalah faktor yang sangat menentukan dalam proses engagement antara konsumen dan brand.

Kata Kunci: Online Public Relations, Public Relations, Media Sosial, Digital Konten.

UMN

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan YME atas segala rahmat yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan magang yang berjudul “Aktivitas Online Public Relations di Kawan Lama Retail” ini tepat waktu. Laporan ini penulis ajukan dalam rangka memperoleh program strata 1, Program Studi *Public Relations*, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.

Dengan adanya laporan magang ini, penulis berharap dapat memberikan ilmu dan dampak positif bagi para pembaca serta memberikan informasi yang dapat berguna bagi pembaca.

Dengan berakhirnya penulisan laporan magang ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan YME karena telah memberikan rahmat dalam menyelesaikan laporan magang ini sehingga dapat selesai tepat waktu.
2. Dr. Bertha Sri Eko M., M.Si., ketua program studi Ilmu Komunikasi.
3. C. Eko Hadi Saputro, S.E., M.M., dosen pembimbing yang sudah mempercayai penulis dapat menyelesaikan laporan magang ini tepat waktu.
4. Papi dan Mami serta Papa dan Mama yang telah memberi semangat ketika penulis melaksanakan program magang.
5. Clara Liovita yang telah menemani dan membantu penulis saat penulis melaksanakan program magang.
6. Patricia dan Elodia yang telah mendengarkan cerita suka dan duka penulis saat program magang berlangsung.
7. Ci Dana, Kak Dani, Ci Erika, Pak Arie dan seluruh tim Digital Marketing yang telah membantu dan membimbing penulis melewati program magang di Kawan Lama Retail dengan baik.
8. Aida, Ellen dan Tasha yang selalu menemani penulis dan menjadi teman cerita penulis ketika program magang sedang terlaksana.
9. Semua pihak yang mungkin terlewatkan, mohon maaf karena penulis memiliki keterbatasan. Terimakasih atas segala bantuan dan doanya.

Sekian yang dapat penulis sampaikan. Penulis menyadari bahwa laporan ini masih memiliki kekurangan sehingga kritik dan saran atas laporan magang ini akan diterima oleh penulis dengan lapang dada agar laporan ini menjadi lebih baik. Semoga laporan magang ini dapat diterima dan bermanfaat bagi para pembaca terlebih bagi seluruh civitas akademika Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 18 Juli 2016

Stephanie Sutanto

UMN

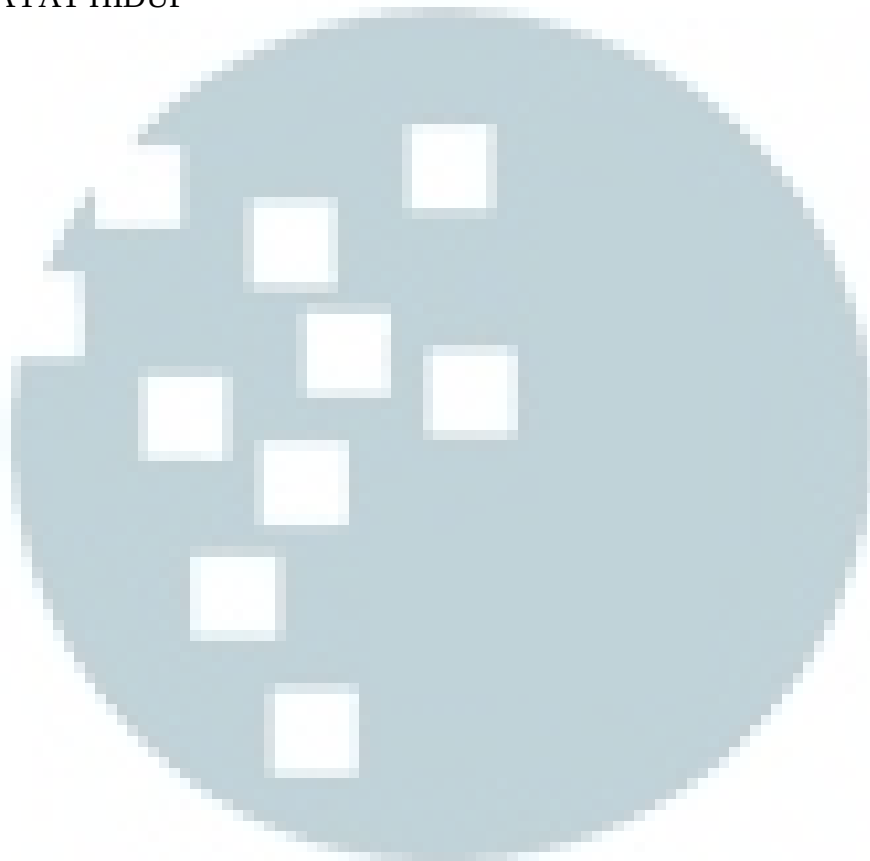
DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Kerja Magang	5
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	5
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
2.1. Profil Perusahaan	7
2.2. Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait	11
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	14
3.2 Tugas yang Dilakukan	15
3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang	19
3.3.1. Membuat <i>Content</i>	20
3.3.2 Posting Plan.....	26
3.3.3 <i>Sweet Treat Competition</i>	27
3.3.4 Kendala	28
3.3.5 Solusi	28
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	
4.1 Simpulan.....	30
4.2 Saran.....	30

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP



UMN