

LAPORAN MAGANG
***EVENT ACTIVATION* MELALUI MEDIA SOSIAL**
INSTAGRAM PADA MASA PANDEMI *COVID-19*
(PT HOME CENTER INDONESIA)



Andryan Chandana
0000033151

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI STRATEGIS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2021

***EVENT ACTIVATION* MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM PADA MASA PANDEMI *COVID-19*
(PT HOME CENTER INDONESIA)**



Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Andryan Chandana
0000033151

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI STRATEGIS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2021**

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT DALAM PENYUSUNAN LAPORAN KERJA MAGANG

Dengan ini saya:

Nama : Andryan Chandana
NIM : 00000033151
0 dIR StII : Ilmu komunikasi

Menyatakan bahwa saya telah melaksanakan praktik kerja magang pada:

Nama Perusahaan : PT. Home Center Indonesia
Divisi : *Event Activation*
Alamat : Jl.Ptui Kencana No.1 Meruya Kembangan
Jakarta 11610

Periode Magang : 30 Agustus - 22 November 2021

Pembimbing Magang : Agustinus Rusdianto Berto

Judul Laporan : ***EVENT ACTIVATION MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM PADA MASA PANDEMI COF?D-J9 (PT.HOME CENTER
INDONESIA)***

Lapormi praktek kerja magang ini merupakan hasil dari karya Penulis sendiri dan tidak melakukan plagiat dalam proses pengerjaannya. Seluruh kutipan baik dari buku, karya ilmiah dan artikel yang telah dirujuk dalam laporan ini telah saya kutip dalam daftar Pustaka.

Jika dikemudian hari laporan magang ini terbukti melakukan kecurangan ataupun penyimpangan, baik dalam pelaksanaan kerja magang maupun penulisan laporan kerja magang, maka Penulis bersedia menerima sanksi dan dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah *Internship* yang telah Penulis tempuh.

Tangerang, 17 Desember 2021



HALAMAN PENGESAHAN

Laporan magang dengan judul
***EVENT ACTIVATION MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA
MASA PANDEMI COVID-19 (PT HOME CENTER INDONESIA)***

Oleh

Nama : Andryan Chandana
NIM : 00000033151
Program Studi : Komunikasi Strategis
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin 3, Januari 2022
Pukul 09.00 s/d 10.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



*Digitally signed by Agustinus
Rusdianto Berto
Date: 2022-01-10 16:30:51*

Dr. Agustinus Rusdianto Berto, S.Sos., M.Si.
0313088403

Penguji

Digitally signed

by Fakhriy

Dinansyah

Date: 2022.01.07

Fakhriy Dinansyah, S.I.Kom., M.M
0304039001

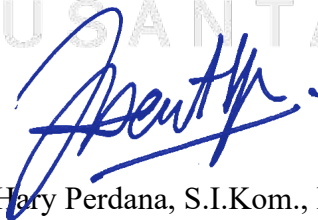
Pembimbing I



*Digitally signed by Agustinus
Rusdianto Berto
Date: 2022-01-10 16:31:12*

Dr. Agustinus Rusdianto Berto, S.Sos., M.Si.
0313088403

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 : Andryan Chandana
Nim : 0000033151
Program Studi : Komunikasi Strategis
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:

EVENT ACTIVATION MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA MASA PANDEMI COVID-19 (PT HOME CENTER INDONESIA).

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, 10 Desember 2021
Yang menyatakan,

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA


(Andryan Chandana)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas kasih dan kemurahan-Nya, Penulis dapat menyelesaikan laporan praktik kerja magang dengan judul “***EVENT ACTIVATION MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA MASA PANDEMI COVID-19 (PT HOME CENTER INDONESIA)***” dengan baik dan benar. Laporan ini diajukan sebagai bentuk pemenuhan syarat wajib untuk menyelesaikan Strata 1 jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara.

Dalam penyusunan laporan, Penulis banyak mendapatkan dukungan moral, motivasi, dan bimbingan terkait penyusunan laporan ini, baik secara langsung maupun tidak langsung. Penulis menyadari bahwa tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak, akan terasa sulit bagi Penulis untuk menyelesaikan laporan ini, Oleh karena itu, Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si. selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi
2. Bapak Agustinus Rusdianto Berto, selaku dosen pembimbing yang telah mendampingi dan memberikan arahan yang sangat berguna kepada penulis selama praktik kerja magang hingga penulisan laporan praktik kerja magang ini.
3. Bapak Fakhriy Dinansyah, S.I.Kom., M.M selaku Penguji pada sidang magang 3 Januari 2021
4. Kedua orang tua yang senantiasa turut membantu dalam memberikan semangat, dukungan, dan doa dalam menjalankan praktik kerja magang.
5. PT Kawan Lama Group dan PT Home Center Indonesia yang telah memberikan Penulis kesempatan dalam melakukan praktik kerja magang.
6. Ibu Bertha dan Ibu Pretty Elisabeth Siahaan selaku pembimbing dan supervise dalam melakukan praktik kerja magang dan selalu memberikan bimbingan dalam melakukan kerja magang
7. Bapak Yogie, Ibu Mariska dan Ibu Anastasia, selaku tim Event Activation yang turut membimbing Penulis dalam menjalankan praktik kerja magang,
8. Rekan dan kerabat khususnya Mario Bonifacius Nuno, Farhan Ahmaddaffa, Nella Febrianti dan Asmi Alhaqi yang telah memberikan dukungan serta motivasi untuk Penulis dalam penyelesaian laporan kerja magang.

Tangerang, 18 Desember 2021



Andryan Chandana

EVENT ACTIVATION MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA MASA PANDEMI COVID-19 (PT HOME CENTER INDONESIA)

Andryan Chandana

ABSTRAK

Komunikasi pemasaran dapat dikatakan sukses bila merek dapat membangun hubungan dengan konsumennya, salah satu membangun hubungan antara merek dengan konsumen dengan cara memberikan pengalaman kepada konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Sejak adanya pandemi *Covid-19* membuat beberapa sektor menjadi *online*. Hal ini menyebabkan adanya pertumbuhan penggunaan internet, tercatat sebanyak 4,43% adanya peningkatan penggunaan internet. Adanya pandemi *Covid-19* ini juga memberikan dampak pada pendapatan perusahaan, sehingga perusahaan harus melakukan inovasi dan adaptasi dalam strategi pemasaran. Informa merupakan salah satu perusahaan yang terdampak pandemi *Covid-19* terus melakukan inovasi dan adaptasi, ditandai dengan adanya penambahan *omni channel*, yaitu *website* Informa.co.id/shop, *Mobile Apps* Informa, serta melakukan *experiential marketing* secara *online* melalui Instagram *live*, pada laporan magang ini dirancang dengan konsep *event management* dan komunikasi massa yang diharapkan memberikan penjelasan dan referensi bagi penulis selanjutnya dengan job desk yang sama. Tujuan dari laporan kerja magang adalah untuk menjelaskan tahapan kegiatan program kerja magang di PT Home Center Indonesia selama 60 hari kerja terhitung per tanggal 30 Agustus 2021 sampai 22 November 2021. Dalam proses praktik kerja magang kemampuan dalam bekerjasama, kreatif dan siap tanggap menjadi kunci keberhasilan dalam proses praktik kerja magang.

Kata kunci: *Experiential Marketing, Event Management, Event Activation, Mass Communication*

**EVENT ACTIVATION MELALUI MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM PADA MASA PANDEMI COVID-19
(PT HOME CENTER INDONESIA)**

Andryan Chandana

ABSTRACT

Marketing communication can be said to be successful if the brand can build relationships with its consumers, one of which is building a relationship between the brand and consumers by providing experiences to consumers with the products offered. Since the Covid-19 pandemic has made several sectors online. This led to a growth in internet use, recorded as much as 4.43% an increase in internet use. The existence of the Covid-19 pandemic also has an impact on company revenues, so companies must innovate and adapt in marketing strategies. Informa is one of the companies affected by the Covid-19 pandemic that continues to innovate and adapt, marked by the addition of an omni channel, namely the Informa.co.id/shop website, Informa Mobile Apps, as well as conducting online experiential marketing through Instagram live, reports This internship is designed with the concept of event management and mass communication which is expected to provide explanations and references for future writers with the same job desk. The purpose of the internship is to explain the stages of the internship program activities at PT Home Center Indonesia for 60 working days starting from August 30, 2021 to November 22, 2021. In the internship process, the ability to work together, be creative and ready to respond is the key to success in the internship process.

Keywords: Experiential Marketing, Event Management, Event Activation, Mass Communication

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

LAPORAN MAGANG	1
LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Kerja Magang	6
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Praktik Kerja Magang.....	6
1.3.1 Waktu kerja magang	6
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	7
BAB II	9
2.1 Deskripsi Perusahaan	9
2.1.1 Visi PT Home Center Indonesia (Informa).....	12
2.1.2 Misi PT Home Center Indonesia (Informa)	12
2.1.3 Struktur Organisasi.....	12
2.2 Ruang Lingkup Divisi Terkait	13
BAB III	14
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	14
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	18
3.2.1 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang	20
3.2.2 Kendala yang Ditemukan	26
3.2.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	27
BAB IV	28
4.1 Simpulan	28
4.2 Saran.....	28
4.2.1 Perusahaan.....	29
4.2.2 Universitas Multimedia Nusantara.....	29
4.2.3 Mahasiswa yang akan magang.....	29
DAFTAR PUSATAKA	30
LAMPIRAN.....	31

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data peningkatan penetrasi internet di Indonesia saat pandemi.....	2
Gambar 1. 2 Peringkat penetrasi internet tertinggi (Maret 2021)	3
Gambar 1. 3 Data pendapatan perusahaan di Indonesia selama pandemi.....	4
Gambar 2. 1 Logo Kawan Lama Group.....	9
Gambar 2. 2 Gedung Kantor Pusat PT Kawan Lama Group	10
Gambar 2. 3 Logo Informa.....	10
Gambar 2. 4 Struktur Organisasi Marketing Informa	12
Gambar 2. 5 Struktur Divisi Event Activation.....	13
Gambar 3. 1 Bagan Alur Koordinasi antaranggota	15
Gambar 3. 2 Bagan Alur koordinasi antar divisi oalahan penulis.....	16
Gambar 3. 3 Alur kerja penulis	17
Gambar 3. 4 Jadwal Activity Event Activation Informa.....	19
Gambar 3. 5 Pembagian PIC Event Activation Informa.....	19
Gambar 3. 6 Contoh poster Instagram Feed.....	22
Gambar 3. 7 contoh poster Instagram Story.....	23
Gambar 3. 8 contoh poster NL2 Membership.....	24
Gambar 3. 9 Contoh set up area Instagram live	25

