

**AKTIVITAS *CORPORATE COMMUNICATION*  
MEDION GROUP**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

**OLIVER**

**0000033514**

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

**AKTIVITAS *CORPORATE COMMUNICATION*  
MEDION GROUP**



**LAPORAN MAGANG**

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

**OLIVER**

**0000033514**

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

**UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Oliver  
NIM : 00000033514  
Program studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi/Tesis/Disertasi dengan judul:

“Aktivitas *Corporate Communication* Medion Group” 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 magang maupun dalam penulisan laporan magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 17 Desember 2021



Oliver

# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan magang dengan judul  
“Aktivitas *Corporate Communication* Medion Group”

Oleh

Nama : Oliver  
NIM : 00000033514  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 05 Januari 2022  
Pukul 14.00 s/d 15.00 dan dinyatakan  
LULUS  
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing



Angga Ariestya, S.Sos., M.Si.  
0311048505

Penguji



Maria Aventura Gita Elmada,  
S.I.Kom., M.Si.  
0309129202

Mengetahui,

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



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

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat, hikmat, dan penyertaan yang telah diberikan-Nya sehingga aktivitas kerja magang di Medion Group dapat berjalan dengan baik, serta selesainya penulisan laporan magang dengan judul “Aktivitas *Corporate Communication* Medion Group”, yang dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Jurusan Komunikasi Strategis 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, tidak akan mudah bagi saya untuk menyelesaikan laporan magang ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Leksono selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Angga Ariestya, S.Sos., M.Si., sebagai Pembimbing pertama yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya laporan magang ini.
5. Ibu Martini Tossy Cahyana selaku pembimbing lapangan penulis dalam melakukan praktik kerja magang.
6. Mas Ferdy, Mba Suli, Mas Ozan, Mba Cindy yang dengan sabar membimbing penulis sewaktu menjalankan praktik magang di Medion Group.
7. Papi, Mami, Cece, dan Dedek yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral dalam menyelesaikan laporan ini.
8. *Bar-bar gurls* yakni Anisa, Juniken, Karina, Pasca, dan Vina yang telah memberikan bantuan, arahan, serta saling mengingatkan untuk menyelesaikan laporan magang ini tepat pada waktunya.

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

Tangerang, 17 Desember 2021



Oliver

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

## AKTIVITAS CORPORATE COMMUNICATION

MEDION GROUP

Oliver

### ABSTRAK

Setiap perusahaan yang berorientasi pada bisnis tentu berusaha untuk memasarkan produknya dan memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen. Salah satu dari sekian banyak cara yang dilakukan adalah memanfaatkan fungsi *corporate communication*. Hal ini juga berlaku pada industri farmasi peternakan yakni Medion Group yang menjual dan mendistribusikan ratusan produk nutrisi dan kesehatan hewan, peralatan dan kebutuhan hewan ternak di Indonesia dan beberapa negara di Asia, Afrika, dan Eropa. Oleh karena itu, penulis ingin mengetahui bagaimana Medion Group mempererat hubungan dengan *stakeholder* melalui aktivitas komunikasi korporatnya. Dalam melakukan publikasi dan promosi, Medion Group menggunakan beberapa aktivitas meningkatkan *image* yaitu penerapan CSR dan *public relations writing* pada *website* internal dan eksternal perusahaan. Selain itu juga terdapat pembuatan *promo calendar* sebagai medium dari *corporate communication* perusahaan dan konten tambahan penyusunan *customer journey* Handysep (anak *brand* Medion). Dalam kerja magang selama 60 hari, penulis diberi kesempatan untuk bebas mengeksplorasi tema dan dalam menulis sesuatu asal masih berhubungan dengan *core value* perusahaan. Supervisi lapangan juga fleksibel dalam menerima masukan dan ide penulis walaupun masih menjadi seorang *intern*. Namun, perusahaan cenderung masih belum terlalu memanfaatkan kapasitas anak magangnya secara penuh. Hal ini terlihat dari revisi yang masih dilakukan *full* oleh supervisi di lapangan dan tidak melibatkan anak magang pada kejadian yang bersifat internal.

Kata Kunci: *Corporate Communication, Public Relations Writing, Komunikasi CSR, Customer Journey, Medion Group*

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

## CORPORATE COMMUNICATION ACTIVITIES

AT MEDION GROUP

Oliver

### **ABSTRACT**

*Every business-oriented company certainly strives its products and provide the best service to consumers. One of the many ways to do this is operates corporate communication function. This also applies to the livestock pharmaceutical industry, namely Medion Group, which sells and distributes hundreds of animal nutrition and health products, equipment and needs for livestock in Indonesia and several countries in Asia, Africa and Europe. Therefore, the author wants to know how Medion Group strengthens relationships with stakeholders through its corporate communication activities. In conducting publications and promotions, Medion Group uses several image-enhancing activities, like the implementation of CSR and public relations writing on the company's internal and external websites. In addition, Medion create promo calendar as a medium for corporate corporate communication and there is also additional content for creating Handysep customer journeys (a subsidiary of Medion Group). In a 60-day internship, author is given the opportunity to freely explore themes and in writing something that is still related to the company's core values. Field supervisors are also flexible in accepting and the author's idea is still an intern. However, companies tend to not take full capacity of their interns. This can be seen from the revisions that are still being carried out by field supervisors and do not involve interns in internal incidents.*

*Keywords: Corporate Communication, Public Relations Writing, CSR Communication, Customer Journey, Medion Group*

U M M N  
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 PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
BAB I 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 Pelaksanaan Magang.....	5
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang .....	5
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	7
2.1 Profil Perusahaan Medion Group .....	7
2.2 Struktur Organisasi Medion Group .....	9
2.3 Ruang Lingkup Kerja Divisi Media Communication Medion Group.....	10
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....	12
3.1 Kedudukan dan Koordinasi .....	12
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	13
3.2.1 Tugas Yang Dilakukan .....	13
3.2.2 Uraian Kerja Magang.....	14
3.2.3 Kendala yang Ditemukan.....	31
3.2.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan .....	31
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN .....	33
4.1 Kesimpulan.....	33
4.2 Saran .....	34
4.2.1 Saran Untuk Perusahaan .....	34
4.2.2 Saran Untuk Universitas .....	34
4.2.3 Mahasiswa yang Akan Magang .....	34
DAFTAR PUSTAKA .....	35
LAMPIRAN .....	36



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Timeline Kerja Magang .....	13
---------------------------------------	----



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Medion Group.....	9
Gambar 2.2 Struktur Organisasi Medion Group.....	10
Gambar 2.3 Struktur Divisi Media Communication Medion Group.....	10
Gambar 3.1 Alur Koordinasi & Kedudukan.....	13
Gambar 3.2 Draft Overview 30 <sup>th</sup> BU Medion Plastic.....	16
Gambar 3.3 Sudut Berita Artikel Hari Telur Sedunia.....	17
Gambar 3.4 Draft Artikel Trivia 1.....	18
Gambar 3.5 Draft Artikel Trivia 2.....	19
Gambar 3.6 File Materi CSR.....	20
Gambar 3.7 Storyline CSR.....	21
Gambar 3.8 Persona Handysep.....	24
Gambar 3.9 Customer Journey Map Handysep.....	25
Gambar 3.10 Ide Konten Handysep.....	26
Gambar 3.11 Usulan Tema KPB 2023.....	28
Gambar 3.12 Mockup Desain KPB 2023.....	29
Gambar 3.13 Draft Mockup KPB 2023.....	30

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA