

**ANALISIS *BRAND AWARENESS* DAN *MARKETING COMMUNICATION*
BIDANG PERIKLANAN DI PT PRODUKSI KARYA ANAK BANGSA**



LAPORAN MAGANG

HANS HARIADY JONES

00000034765

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2022

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Hans Hariady Jones
NIM : 00000034765
Program Studi : Manajemen

Laporan praktek kerja magang dengan judul :

“Analisis *Brand Awareness* dan *Marketing Communication* di bidang Periklanan PT Produksi Karya Anak Bangsa”

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 karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 23 Juni 2022



Hans Hariady Jones

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan Judul

**“ANALISIS *BRAND AWARENESS* DAN *MARKETING COMMUNICATION*
BIDANG PERIKLANAN DI PT PRODUKSI KARYA ANAK BANGSA”**

Oleh

Nama : Hans Hariady Jones

NIM 00000034765

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Rabu, 6 Juli 2022

Pukul 13.00 s.d 14.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut,

Pembimbing

Penguji



Cynthia Sari Dewi, S.E.,M.Sc.
0308118803



Helena Dewi, S.E., M.S.M.
0310098303

Ketua Program Studi
Ilmu Manajemen



Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par, M.M, CSCP
0312087404

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan pada Tuhan Yang Maha Esa, atas Anugerah dan Berkatnya sehingga saya dapat menyusun laporan kerja magang ini dengan judul Analisis *Brand Awareness* dan *Marketing Communication* di Bidang Periklanan PT Produksi Karya Anak Bangsa dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Jurusan Manajemen Pada Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara tujuan untuk menyelesaikan dan melengkapi tugas laporan magang yang ada.

Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, Selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Florentina Kurniasari T., S.os., M.B.A, Selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par, M.M, CSCP, Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Cynthia Sari Dewi, S.E., M.Sc., sebagai Pembimbing pertama yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Orang Tua, Teman dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.

Saya menyadari laporan praktek kerja magang ini masih banyak sekali kekurangan sehingga jauh dari kata sempurna dan saya juga berharap semoga laporan praktek kerja magang ini bermanfaat, baik sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi, bagi para pembaca.

Tangerang, 23 Juni 2022



Hans Hariady Jones

ANALISIS BRAND AWARENESS DAN MARKETING COMMUNICATION DI BIDANG PERIKLANAN PT PRODUKSI KARYA ANAK BANGSA

Hans Hariady Jones

ABSTRAK

Teknologi pada masa kini merupakan hal yang sudah menjadi penting dan juga sangat mempengaruhi di setiap lini kehidupan manusia. Dengan berkembang pesatnya teknologi masa kini yang membuat setiap orang dapat dengan mudah untuk mendapatkan akses terhadap segala sesuatu salah satunya adalah layanan *streaming*. PT Produksi Karya Anak Bangsa atau biasa yang dipanggil *Goplay* merupakan *live streaming platform* dengan sangat banyak sekali program yang menarik di mata penonton. Setiap layanan *live streaming* di Indonesia akan sangat cocok untuk banyak brand dalam mempromosikan produk dan jasa mereka. Topik yang akan dibahas di laporan praktek kerja magang ini adalah bagaimana proses kerja sama antara media periklanan (*live streaming*) dengan suatu perusahaan dengan menggunakan teori *brand awareness* dan *marketing communication* yang dipelajari selama kuliah dengan judul “Analisis *Brand Awareness* dan *Marketing Communication* di Bidang Periklanan PT Produksi Karya Anak Bangsa”.

Kata Kunci: teknologi, *live streaming*, *Goplay*, *brand*, kerja sama

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

ANALYSIS OF BRAND AWARENESS AND MARKETING COMMUNICATION IN ADVERTISING SECTOR PT PRODUKSI KARYA ANAK BANGSA

Hans Hariady Jones

ABSTRACT

Technology today is something that has become important and also greatly affects every line of human life. With the rapid development of today's technology that makes it easy for everyone to get access to everything, one of which is streaming services. PT Produksi Karya Anak Bangsa or commonly called Goplay is a live streaming platform with lots of interesting programs in the eyes of the audience. Any live streaming service in Indonesia will be very suitable for many brands to promote their products and services. The topic that will be discussed in this internship report is how the process of collaboration between advertising media (live streaming) and a company using the theory of brand awareness and marketing communication studied during the lecture with the title "Analysis of Brand Awareness and Marketing Communication in the Advertising Sector of PT Produksi Karya Anak Bangsa (Goplay)".

Keywords: technology, live streaming, Goplay, brand, cooperation

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang	6
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	7
1.3.1. Waktu dan Pelaksanaan Kerja Magang.....	7
1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	7
1.3. Sistematika Penulisan	8
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	9
2.1. Sejarah Perusahaan	12
2.1.1. Logo Perusahaan.....	14
2.2. Visi Misi Perusahaan	14-15
2.3. Tata Nilai Perusahaan	15-16
2.4. Struktur Organisasi Perusahaan.....	17-18
2.5. Landasan Teori	18-24
2.5.1. Manajemen	18
2.5.2. Manajemen Kewirausahaan	14
2.5.3. Pemasaran	14
2.5.4. Brand Awareness	14
2.5.5. Marketing Communication.....	14
2.5.6. Periklanan.....	14
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	25
3.1. Kedudukan dan Koordinasi.....	25-26
3.1.1. Kedudukan	25

3.1.2. Koordinasi	26
3.2. Tugas dalam Kerja Magang	26
3.3. Uraian dalam Kerja Magang.....	27-28
3.1.2. Proses Pelaksanaan	28-61
3.4. Kendala yang ditemukan	62-63
3.5. Solusi akan Kendala yang ditemukan.....	63-64
3.6. Analisis Keterkaitan Teori dengan Hasil Praktek Kerja Magang ...	65
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	66-69
4.1. Simpulan	66-67
4.1. Saran	68-69
DAFTAR PUSTAKA.....	70-71
LAMPIRAN.....	72-75

DAFTAR TABEL

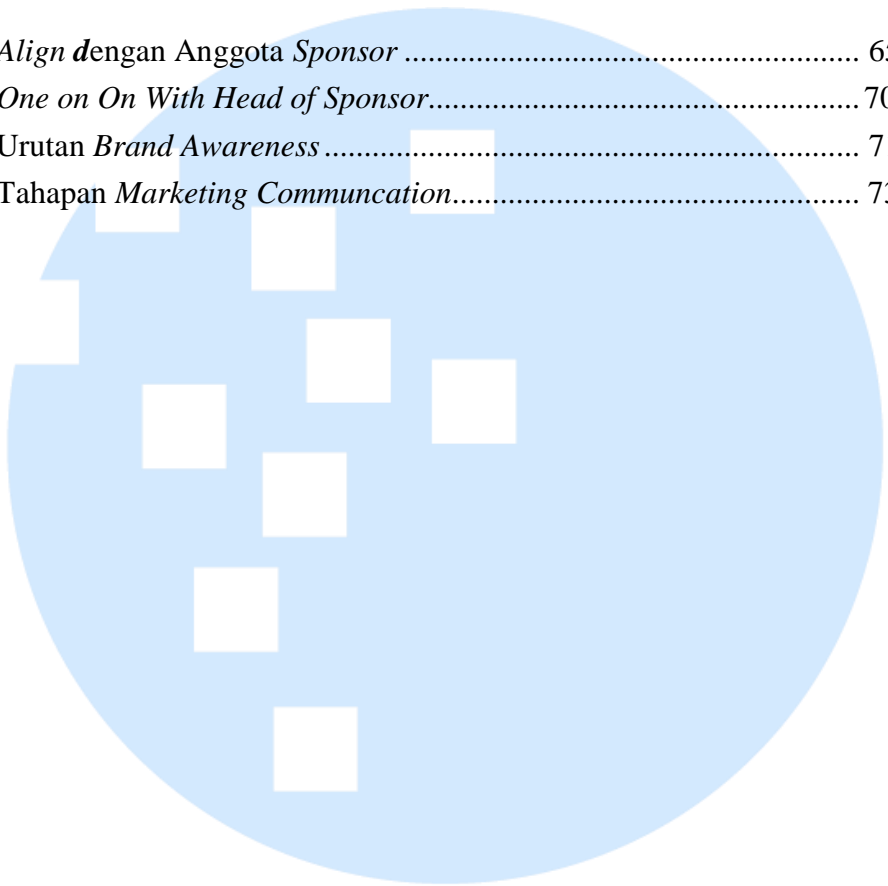
Bagan 3.1 Tugas Praktek Kerja Magang	28
Bagan 3.2 Flow Praktek Kerja Magang di <i>Goplay</i>	29
Bagan 3.3 <i>Client</i> Penulis.....	30



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penetrasi Pengguna Internet 2019-2020 (Q2).	7
Gambar 1.2 Jumlah Pelanggan Video <i>Streaming</i> Berbayar.....	8
Gambar 1.3 <i>Goplay</i> Indonesia	10
Gambar 2.1 Tampilan <i>Goplay</i>	12
Gambar 2.2 Kantor <i>Gojek</i> dan <i>Goplay</i>	13
Gambar 2.3 Studio <i>Goplay</i>	14
Gambar 2.4 Logo <i>Goplay</i>	15
Gambar 2.5 Struktur Perusahaan <i>Goplay</i>	16
Gambar 3.1 Kedudukan Penulis	25
Gambar 3.2 <i>Daily Sales Standup</i>	26
Gambar 3.3 Kantor <i>Goplay</i>	27
Gambar 3.4 <i>Deck</i> untuk <i>Brand</i>	28
Gambar 3.5 <i>Cover Deck</i> untuk <i>Brand</i>	29
Gambar 3.6 <i>Goplay Live</i>	30
Gambar 3.7 <i>Interactive Features</i>	35
Gambar 3.8 Poster <i>Goplay Live</i>	37
Gambar 3.9 <i>Goplay Live Video</i>	40
Gambar 3.10 <i>Goplay Key Ingredients</i>	43
Gambar 3.11 <i>Goplay Integrated GOTO</i>	46
Gambar 3.12 <i>Goplay End to End Conversion</i>	47
Gambar 3.13 <i>Goplay live Shopping Journey</i>	49
Gambar 3.14 <i>Goplay live Content Category</i>	51
Gambar 3.15 <i>Goplay Live Original</i>	52
Gambar 3.16 <i>Goplay Live Partners</i>	53
Gambar 3.17 <i>Goplay Live Special Show</i>	54
Gambar 3.18 <i>Goplay Live VIP</i>	55
Gambar 3.19 <i>Goplay Suggested Show</i>	56
Gambar 3.20 <i>Goplay Packages</i>	57
Gambar 3.21 Diskusi <i>Slides</i>	58
Gambar 3.22 <i>Meeting</i> dengan <i>Brand</i>	59
Gambar 3.23 Contoh <i>Invoice</i> untuk <i>Brand</i>	60
Gambar 3.24 Contoh <i>Program Brief</i>	61
Gambar 3.25 <i>Meeting</i> dengan <i>Marketing</i> dan <i>Sponsor</i>	63

Gambar 3.26 <i>Align dengan Anggota Sponsor</i>	65
Gambar 3.27 <i>One on On With Head of Sponsor</i>	70
Gambar 3.28 <i>Urutan Brand Awareness</i>	71
Gambar 3.29 <i>Tahapan Marketing Communcation</i>	73



UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

