



### **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  
IMPLEMENTASI ONLINE PUBLIC RELATIONS, EVENT MANAGEMENT, DAN  
PRODUKSI MEDIA PUBLIC RELATIONS  
DI PT MAYORA INDAH TBK.**



Nama : Richard Stefanus Adiel Siswanto

NIM : 13140110385

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**Tangerang**

**2017**

**PENGESAHAN LAPORAN KERJA MAGANG  
IMPLEMENTASI ONLINE PUBLIC RELATIONS, EVENT MANAGEMENT,  
DAN PRODUKSI MEDIA PUBLIC RELATIONS  
DI PT MAYORA INDAH TBK.**

Oleh

Nama : Richard Stefanus Adiel Siswanto  
NIM : 13140110385  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

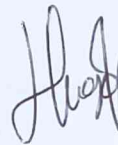
Tangerang, 30 Oktober 2017

Pembimbing



Wildan Hakin, S.Sos., M.Si.

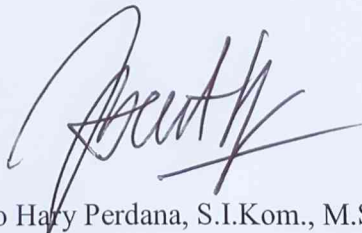
Penguji



Helga Liliani Cakra Dewi, M.Comm

Mengetahui:

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



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

**Lembar Pernyataan tidak melakukan plagiat dalam penyusunan  
Laporan Kerja Magang**

Dengan ini penulis :

Nama : Richard Stefanus Adiel Siswanto  
NIM : 13140110385  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa penulis telah melaksanakan praktek kerja magang :

Nama perusahaan : PT Mayora Indah Tbk.  
Divisi : Global Marketing  
Alamat : Jl. Daan Mogot KM. 18, RT. 1/ RW 8,  
Kalideres, Kota Jakarta Barat,  
DKI Jakarta 11840  
Periode magang : 12 Juni 2017 – 13 September 2017  
Pembimbing lapangan : Wildan Hakim S.Sos., M.Si

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

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

Jakarta, 13 September 2017



Richard Stefanus Adiel Siswanto

## ABSTRAK

Kegiatan kerja magang atau internship merupakan salah satu mata kuliah wajib untuk seluruh mahasiswa semester akhir di Universitas Multimedia Nusantara. Mata kuliah ini memiliki tujuan sebagai sarana bagi mahasiswa program S1 untuk menerapkan teori yang telah dipelajari selama mengikuti perkuliahan di lapangan kerja secara langsung dan nyata.

Bidang yang menarik bagi penulis adalah *online pr*. Kegiatan *online pr* masih sangat kurang diaplikasikan dalam strategi pr sebuah perusahaan, karena banyaknya perusahaan yang masih nyaman dengan strategi konvensional. Namun, apabila kita amati dunia sekeliling kita sekarang, dapat kita dapati seberapa pentingnya dunia *online* dalam mempengaruhi *insight* konsumen. Penulis telah melihat peluang dunia *online* ini sejak 5 tahun yang lalu, dimana penulis yakin bahwa dunia *online* akan menjadi acuan seluruh kalangan. Penulis kemudian merasa tertarik dalam mempelajari dunia *online* yang kemudian mendapatkan mata kuliah *online pr* dalam masa perkuliahan di Universitas Multimedia Nusantara.

Selama melakukan praktek kerja magang, penulis bekerja sebagai *Public Relations* dan *Marketing Communications* untuk PT Mayora Indah Tbk., yang berlokasi di Mayora Headquarters, Daan Mogot. Pekerjaan yang dilakukan oleh posisi penulis sebagai *Public Relations* dan *Marketing Communications* adalah membantu pembentukan *digital web* brand Kopiko (penentuan *brand language*, pemilihan desain web yang berkaitan dengan citra brand, pemilihan serta peletakan konten) yaitu Kopiko.com, melakukan penulisan PR dalam menulis konten *Social Media News Release* untuk brand Tora Bika, melakukan *research* pada strategi *public relations* competitor, membantu perancangan event perusahaan (Mayora TVC Awarding Night) yang direncanakan akan diselenggarakan pada Desember 2017, membantu *branding* Mayora Group (desain *goodie bag*, penyusunan *company profile*, *product catalogue*) yang paling dekat akan digunakan untuk Trade Expo Indonesia 2017.

**Kata kunci:** *public relations practitioner, online pr, marketing communications, event management, branding, brand image, research, brand language, pr writing, social media news release*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, Tuhan Yesus Kristus yang telah melimpahkan hikmat, marifat, serta berkat-Nya sehingga penulis dapat melaksanakan praktik kerja magang, serta dapat menyelesaikan laporan magang tepat waktu dan tanpa ada halangan berarti. Laporan kerja magang ini berjudul “Implementasi Online Public Relations, Event Management, dan Produksi Media Public Relations di PT Mayora Indah Tbk.”

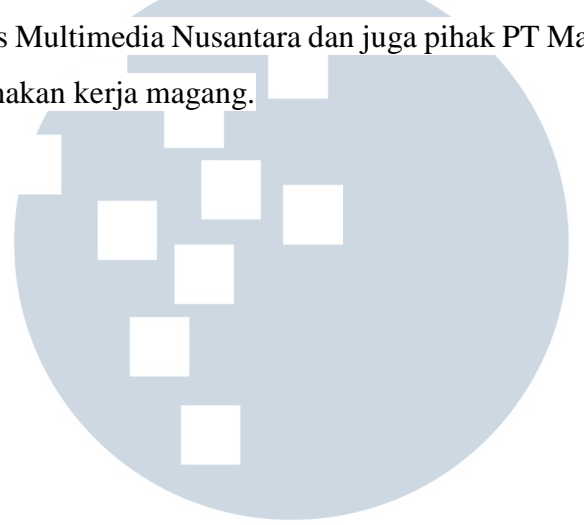
Laporan Kerja Magang ini disusun berdasarkan pengalaman penulis pada tugas yang di kerjakan saat berada di perusahaan, yaitu di PT Mayora Indah Tbk. yang beralamat di Jl. Daan Mogot KM. 18, RT. 1/ RW 8, Kalideres, Kota Jakarta Barat, DKI Jakarta 11840.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan teirma kasih kepada berbagai pihak yang telah mendukung terlaksananya proses kerja magang dan laporan kerja magang ini, yakni pihak Universitas Multimedia Nusantara yang telah mengadakan program kerja magang sehingga dapat meningkatkan kualitas penulis sebagai Public Relations Practitioner.

Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada PT Mayora Indah Tbk. yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan kerja lapangan di divisi *Global Marketing* sebagai Public Relations dan Marketing Communications. Kepada segenap karyawan PT Mayora Indah Tbk, terutama kepada Bapak Frankie Tambingon selaku Head Manager divisi Global Marketing yang juga sebagai pembimbing dan koordinator penulis selama melakukan kerja magang, juga kepada Ibu Hedriati Kristiani, Ibu Reynata Hadian, Bapak Erick Harijanto yang juga telah membantu penulis menyerap ilmu sebanyak – banyaknya selama kerja magang dan terus memotivasi penulis untuk belajar lebih banyak. Penulis ucapkan terima kasih sebesar-besarnya.

Penulis juga ingin berterima kasih kepada kedua orang tua, orang terkasih, dan kerabat yang tiada henti memberikan dukungan selama proses penulisan laporan ini berlangsung. Terakhir, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada Bapak Wildan Hakim, S.Sos., M.Si. selaku pembimbing laporan magang penulis yang terus memberikan masukan dan dukungan selama ini.

Penulis berharap laporan kerja magang ini dapat berguna sebagai referensi bagi pihak Universitas Multimedia Nusantara dan juga pihak PT Mayora Indah Tbk. tempat penulis melaksanakan kerja magang.



UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN MAGANG .....	i
LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT .....	ii
ABSTRAK .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR BAGAN .....	xi
BAB I – PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Tujuan Kerja Magang .....	3
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang .....	3
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang .....	3
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang .....	3
1.3.2.1 Pra Pelaksanaan Kerja Magang .....	3
BAB II – GAMBARAN UMUM PT TOP FOOD INDONESIA .....	6
2.1 Profile Perusahaan .....	6
2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait .....	9
BAB III – PELAKSANAAN KERJA MAGANG .....	11
3.1 Kedudukan dan Koordinasi .....	11
3.2 Tugas yang Dilakukan .....	13
3.3 Pembahasan .....	22
3.4 Kendala dalam Proses Kerja Magang .....	47
BAB IV – KESIMPULAN DAN SARAN .....	48
4.1 Kesimpulan .....	48



4.2	Saran .....	49
LAMPIRAN .....		50
LAMPPIRAN A – DAFTAR SUTRADARA YANG PERNAH BEKERJA SAMA DENGAN PT MAYORA INDAH TBK .....		50
LAMPPIRAN B – PERSIAPAN NOMINASI <i>AWARDING NIGHT</i> MAYORA .....		51
LAMPPIRAN C – RECAP QUOTATIONS .....		53
LAMPPIRAN D – ARTIKEL CALCHEESE VIETNAM .....		54
LAMPPIRAN E – RECAP PENGIRIMAN INTERNASIONAL .....		55
LAMPPIRAN F – HASIL RISET PERUSAHAAN KOMPETITOR YANG MENGUNAKAN STRATEGI <i>CONTEST</i> ATAU <i>SWEEPSTAKES</i> .....		60
KM 03		
KM 04		
KM 05		
KM 06		
KM 07		
LEMBAR ABSENSI BIMBINGAN MAGANG		
DAFTAR PUSTAKA .....		64
RIWAYAT HIDUP .....		65

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Suasana Hari Produksi Siang Hari untuk Brand Kopiko 78	24
Gambar 3.2	Suasana Hari Produksi Sore Hari untuk Brand Kopiko 78	24
Gambar 3.3	Suasana Hari Produksi Siang Hari untuk Brand Beng Beng Filipina	25
Gambar 3.4	Suasana Hari Produksi Sore Hari untuk Brand Beng Beng Filipina	25
Gambar 3.5	Hasil PR Writing Penulis	26
Gambar 3.6	Hasil Riset Kampanye Online Nescafe	27
Gambar 3.7	Hasil Riset Kampanye Online Aqua	27
Gambar 3.8	Hasil Riset Kampanye Online Indomie	28
Gambar 3.9	Hasil Riset Kampanye Online Pocari Sweat	28
Gambar 3.10	Hasil Riset Kampanye Online Kitkat ID	29
Gambar 3.11	Hasil Riset Kampanye Online Good Day	29
Gambar 3.12	Artikel Berita Brand Danisa adalah Danish Palsu di China	31
Gambar 3.13	Instruksi Penanggulangan Crisis pada Isu Pemberitaan Buruk Brand Danisa	32
Gambar 3.14	Prototype Website Kopiko.com	34
Gambar 3.15	Hasil Foto yang Diganti pada Website Royal Danisa	36
Gambar 3.16	Hasil Riset Youtube Pantene – Kasih Ibu	38
Gambar 3.17	Hasil Riset Youtube PSY – Gangnam Style	39

Gambar 3.18	Hasil Riset Youtube Indoeskrim	
	Kisah Legenda Nusantara	40
Gambar 3.19	Hasil Riset Youtube Dove Beauty Campaign	42
Gambar 3.20	Revisi Packaging Kaleng Danisa	44
Gambar 3.21	Revisi Packaging Kardus Danisa	45
Gambar 3.22	Hasil Branding Mayora Group untuk Indonesia Trade Expo 2017	46



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Tugas Utama Penulis .....	13
Tabel 3.2	Tugas Penulis dari Awal Hingga Akhir .....	15



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1	Struktur Divisi Global Marketing PT Mayora Indah Tbk. ....	9
Bagan 4.1	Job Description Marketing Division .....	50



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA