



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

IMPLIKASI *SOSIAL MEDIA* MELALUI *CONTENT MARKETING* TERHADAP *AWARENESS* PADA PT PRIMAGRAHA KERAMINDO



Nama : Henny

NIM : 12130110173

Fakultas : Bisnis

Program Studi : Manajemen

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA
TANGERANG
2017

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan Kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang senantiasa memberikan Berkah, Rahmat, dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menjalankan perkuliahan sampai saat ini dan pada akhirnya dapat menyelesaikan laporan kerja magang yang merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1 jurusan Manajemen di Universitas Multimedia Nusantara.

Praktik kerja magang yang dijalani oleh penulis dihadapkan langsung dengan suasana kerja yang sesungguhnya. Selain itu, penulis juga diberikan pengalaman langsung dalam menyelesaikan suatu pekerjaan berdasarkan teori yang telah penulis dapatkan selama masa perkuliahan dan bagaimana menyelesaikan pekerjaan secara individu maupun sebagai tim. Laporan kerja magang yang telah disusun oleh penulis ini diharapkan dapat menjadi suatu pembelajaran dan memberikan kontribusi terhadap kemajuan perusahaan terkait. Laporan kerja magang ini dapat diselesaikan tidak lain karena dari berbagai pihak dalam penyusunannya, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Aulya Sukma selaku *manager* dari bagian *Brand and Product Development* PT Primagraha Keramindo yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan praktik kerja magang.
2. Rekan-rekan kerja PT Primagraha Keramindo yang telah membantu dan memberikan masukan kepada penulis saat melakukan praktik kerja magang.
3. Bapak Rajesh Preetypal Singh, SS., M.M., selaku dosen pembimbing magang yang telah memberikan bimbingan kepada penulis selama menyusun laporan magang ini.
4. Ibu Dewi Wahyu Handayani, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen.
5. Ibu Nosica Rizkalla, S.E., MSc., selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan kepada penulis untuk menyempurnakan laporan magang ini.
6. Dennis Ray Cahyadi, selaku teman yang selalu memberikan masukan dan motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan laporan magang ini.

Penulis menyadari bahwa laporan magang ini masih jauh dari sempurna, serta masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat menerima masukan maupun saran mengenai laporan kerja magang ini yang dapat memberikan hasil yang lebih baik. Penulis juga berharap agar laporan magang ini dapat memberikan manfaat bagi para penggunanya.

Tangerang, Desember 2016

Henny

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR TABEL	v
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang	4
1.3 Waktu dan Prosedur Kerja Magang	4
1.3.1 Waktu Kerja Magang.....	4
1.3.2 Prosedur Kerja Magang.....	5
1.4 Sistematika Penulisan Laporan Magang.....	5
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	7
2.1.1 Marketing Aspect.....	9
2.1.2 Penghargaan dan Sertifikasi.....	12
2.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	13
2.3 Struktur Organisasi PT Arwana Citamulia Tbk.....	15
2.4 Landasan Teori.....	16
2.4.1 Pemasaran.....	16
2.4.2 Segmentation, Targeting, Positioning.....	16
2.4.3 Brand Awareness.....	17
2.4.4 E-Marketing.....	17

BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1	Kedudukan dan Koordinasi.....	21
3.2	Tugas yang Dilakukan.....	21
3.3	Uraian Pelaksanaan Kerja Magang.....	23
3.3.1	Proses Pelaksanaan.....	23
3.3.2	Kendala yang Ditemukan.....	28
3.3.3	Solusi Atas Kendala yang Ditemukan.....	29
3.3.4	Hal Positif yang Didapatkan oleh Penulis.....	29

BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN

4.1	Kesimpulan.....	31
4.2	Saran.....	32

DAFTAR PUSTAKA.....	33
----------------------------	-----------

LAMPIRAN

UMMN

**UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA**

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Digital Device in Indonesia</i>	1
Gambar 2.1 Produk Keramik UNO.....	10
Gambar 2.2 Contoh Strategi <i>Pull Customer</i> yang dilakukan.....	10
Gambar 2.3 <i>Social Media</i> yang Digunakan.....	12
Gambar 2.4 Penghargaan dan sertifikasi perusahaan.....	13
Gambar 2.5 Struktur Organisasi PT Arwana Citramulia Tbk.....	15
Gambar 3.1 Akun Instagram Resmi PT Arwana Citramulia Tbk.....	24
Gambar 3.2 Akun Facebook Resmi PT Arwana Citramulia Tbk	25
Gambar 3.3 Twitter Akun Resmi PT Arwana Citramulia Tbk	25
Gambar 3.4 <i>Mockup Design</i> Perusahaan.....	26
Gambar 3.5 Prosedur Penyelesaian Komplain Produk.....	27

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Sub-Distributor Daerah Indonesia.....	9
Table 3.1 Daftar Pekerjaan yang Dilakukan.....	22

