



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
PERAN IKLAN MEDIA CETAK SEBAGAI ALAT PROMOSI
UNTUK MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PADA PT MATAHARI DEPARTMENT STORE
TBK



Nama : Windi Chrisdiningrum
NIM : 13130110095
Fakultas : Bisnis
Program Studi : Manajemen

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2017

**LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN KERJA MAGANG
PERAN IKLAN MEDIA CETAK SEBAGAI ALAT PROMOSI
UNTUK MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PADA PT MATAHARI DEPARTMENT STORE
TBK**

Disusun Oleh :

Nama : Windi Chrisdiningrum

NIM : 13130110095

Fakultas : Bisnis

Program Studi : Manajemen

Tangerang, Januari 2017

Pembimbing

Penguji

Wesley Alva Mardikin, S.E., MBA.

Purnamaningsih S.E., M.S.M.

Mengetahui :

Ketua Program Studi Manajemen

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA
Dewi Wahyu Handayani, S.E., M.M.

**LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT
DALAM PENYUSUNAN LAPORAN KERJA MAGANG**

Dengan ini saya :

Nama : Windi Chrisdiningrum

NIM : 13130110095

Fakultas : Bisnis

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa saya telah melaksanakan praktik kerja magang :

Nama Perusahaan : PT Matahari Department Store Tbk

Divisi : Marketing & Advertising

Alamat : Menara Matahari Lantai 15, Jl Boulevard Palem Raya
No 7, Lippo Karawaci, Tangerang 15811

Periode Magang : 20 September 2016 – 31 Desember 2016

Pembimbing Lapangan : Ibu Shelvi Labessy

Laporan kerja magang ini merupakan hasil karya saya sendiri dan saya tidak melakukan plagiat di dalam penyusunan laporan. Semua data dan kutipan karya ilmiah yang telah melengkapi laporan kerja magang ini baik milik orang lain atau lembaga lain telah saya sebutkan dan cantumkan sumber kutipannya di dalam Daftar Pustaka. Jika di kemudian hari laporan kerja magang ini terbukti mengandung unsur kecurangan atau penyimpangan, baik dalam pelaksanaan kerja magang maupun dalam penulisan laporan kerja magang, saya bersedia menerima konsekuensi dengan dinyatakan tidak lulus untuk mata kuliah kerja magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, Januari 2017

Windi Chrisdiningrum

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Allah S.W.T yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan kerja magang yang berjudul “Peran Iklan Media Cetak Sebagai Alat Promosi untuk Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen pada PT Matahari Department Store Tbk” dengan sebaik-baiknya sesuai waktu yang ditentukan. Laporan kerja magang ini merupakan mata kuliah yang wajib ditempuh sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1 program studi Manajemen fakultas Bisnis di Universitas Multimedia Nusantara. Praktik kerja magang yang telah penulis lakukan berlangsung dari tanggal 20 September 2016 sampai tanggal 31 Desember 2016, dimana penulis mendapatkan pengalaman baru mengenai dunia kerja yang sesungguhnya. Tidak hanya itu, penulis juga dapat mengimplementasikan ilmu yang didapatkan dari perkuliahan untuk menyelesaikan suatu pekerjaan di PT Matahari Department Store Tbk.

Laporan kerja magang yang telah disusun oleh penulis diharapkan dapat bermanfaat bagi pendidikan dan kemajuan perusahaan terkait. Laporan kerja magang ini juga dapat diselesaikan karena bantuan dari banyak pihak yang telah memberikan masukan dan dukungan kepada penulis sehingga penyusunan laporan magang ini dapat berjalan dengan baik. Dalam kesempatan kali ini, tak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah S.W.T yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis dalam menyelesaikan laporan kerja magang ini.
2. Orang tua dan adik penulis yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis.
3. Bapak Wesley Alva Mardikin S.E., MBA. selaku dosen pembimbing magang yang telah membimbing penulis selama menyusun hingga disetujuinya laporan magang ini.
4. Ibu Purnamaningsih S.E., M.S.M. selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan, serta menguji penulis saat sidang magang.

5. Ibu Dewi Wahyu Handayani S.E., M.M. selaku ketua program studi Manajemen yang telah membekali banyak hal sebelum dan saat melaksanakan magang.
6. Bapak Dharsana Sulistijo selaku *General Manager Marketing & Advertising* yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan praktik kerja magang selama 60 hari kerja di PT Matahari Department Store Tbk.
7. Ibu Shelvi Labessy selaku *Traffic Officer* dan mentor penulis yang telah memberikan bimbingan dan mengajarkan banyak hal mengenai ilmu-ilmu baru di dunia kerja khususnya *Marketing & Advertising*.
8. Ibu Roslina, Pak Stefan, Ibu Erika, Bapak Niko, Ibu Dengsi, Ibu Diana, Kak Jessica, Kak Sherly, Kak Ezra, Bapak Mark, Kak Lupita, Hilda dan Galuh selaku rekan-rekan kerja penulis dalam divisi *Marketing & Advertising* yang telah bekerja sama dengan penulis selama magang di PT Matahari Department Store Tbk.
9. Marvelly Marta Widada, Melisa, Ria Oktavianie, Rezza Setyawan dan Dinda Cancerita selaku sahabat penulis yang selalu memberikan semangat serta bersedia mendengarkan keluh kesah penulis selama proses penyusunan laporan kerja magang ini.
10. Seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan laporan kerja magang, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa laporan kerja magang ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun akan penulis terima demi kesempurnaan laporan kerja magang ini. Akhir kata, penulis mohon maaf atas segala kekurangan yang terdapat dalam laporan kerja magang. Semoga laporan kerja magang ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan dapat memberikan gambaran mengenai pembahasan yang penulis teliti.

Tangerang, Januari 2017

Windi Chrisdiningrum

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN KERJA MAGANG	i
LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT DALAM PENYUSUNAN LAPORAN KERJA MAGANG	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Pokok Permasalahan.....	8
1.3 Maksud dan Tujuan Kerja Magang	8
1.3.1 Maksud Kerja Magang.....	8
1.3.2 Tujuan Kerja Magang	9
1.4 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	9
1.4.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	9
1.4.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II	12
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	12
2.1 Sejarah Singkat PT Matahari Department Store Tbk.....	12

2.2 Visi dan Misi PT Matahari Department Store Tbk	14
2.3 Filosofi Logo PT Matahari Department Store Tbk	15
2.4 Struktur Organisasi	16
2.5 <i>Brand</i> yang Ada di Matahari Department Store	19
2.6 Landasan Teori	21
2.6.1 Marketing	21
2.6.2 Integrated Marketing Communication	22
2.6.3 Marketing Mix	22
2.6.4 Promotional Mix	23
2.6.5 Advertising	25
2.6.5.1 Advertising Objective	25
2.6.5.2 Langkah dalam Membangun Marketing Communications yang Efektif	26
2.6.6 Consumer Behavior	29
2.6.6.1 Model Pengambilan Keputusan Konsumen	30
BAB III.....	33
PELAKSANAAN KERJA MAGANG	33
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	33
3.1.1 Kedudukan	33
3.1.2 Koordinasi	34
3.2 Tugas yang Dilakukan	34
3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang	39
3.3.1 Proses Pelaksanaan	39
3.3.1.1 Print Ad Oktober 2016	39

3.3.1.2 Opening Store.....	44
3.3.1.3 Jakarta Fashion Week (JFW)	53
3.3.1.4 Christmas Campaign	57
3.3.1.5 Television Commercial (TVC) Christmas	65
3.3.1.6 Must Have Items	69
3.3.1.7 Fashion Show untuk Opening Store MDS Lippo Mall Kemang ...	76
3.3.1.8 Chinese New Year.....	77
3.3.1.9 Gadis Sampul	79
3.3.1.10 Daily Advertising.....	80
3.3.2 Kendala yang Ditemukan.....	86
3.3.3 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan	87
3.4 Pemahaman Peran Iklan Media Cetak Sebagai Alat Promosi untuk Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen	88

BAB IV	93
---------------------	-----------

KESIMPULAN DAN SARAN	93
-----------------------------------	-----------

4.1 Kesimpulan.....	93
---------------------	----

4.2 Saran	94
-----------------	----

DAFTAR PUSTAKA	95
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN.....	97
----------------------	-----------

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 GAMBAR

Gambar 1. 1 Jenis Produk yang Paling Dicari Saat <i>Offline Shopping</i>	2
Gambar 1. 2 Presentase Kontribusi Perekonomian di Indonesia	3
Gambar 1. 3 Presentase Media Iklan yang Paling Dipercaya	5
Gambar 1. 4 Presentase Generasi yang Mempercayai Media	6
Gambar 1. 5 Media yang Paling Sering Diakses oleh Masyarakat	7
Gambar 2. 1 Matahari Department Store	12
Gambar 2. 2 Logo Matahari Department Store.....	15
Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Divisi <i>Marketing & Advertising</i>	16
Gambar 2. 4 <i>Buyer Readliness Stage</i>	26
Gambar 2. 5 Model Pengambilan Keputusan Konsumen	30
Gambar 3. 1 Kedudukan Penulis di divisi <i>Marketing & Advertising</i>	33
Gambar 3. 2 Peminjaman Produk <i>Highlight Oktober</i> di MDS Karawaci.....	40
Gambar 3. 3 Suasana <i>Photoshoot Print Ad</i> Oktober 2016.....	42
Gambar 3. 4 Salah Satu <i>Layout Print Ad</i> Oktober 2016.....	43
Gambar 3. 5 <i>Opening Store</i> MDS Citymall Ketapang.....	44
Gambar 3. 6 Petunjuk Pelaksanaan <i>Opening Store</i>	45
Gambar 3. 7 Pengumpulan Produk dari Para <i>Merchandiser</i>	46
Gambar 3. 8 Mengemas Produk <i>Doorbuster</i> ke Koper	48
Gambar 3. 9 Suasana <i>Photoshoot</i> untuk <i>Opening Store</i>	49
Gambar 3. 10 Desain <i>Layout Invitation</i>	50
Gambar 3. 11 <i>Layout Katalog</i>	51

Gambar 3. 12 Penulis dan Team <i>Stylist</i> di JFW	53
Gambar 3. 13 Poster JFW dengan tema “Spurs”	54
Gambar 3. 14 Suasana <i>Photoshoot</i> untuk <i>lookbook</i> JFW	55
Gambar 3. 15 <i>Invitation</i> JFW	56
Gambar 3. 16 <i>Fashion Show</i> Koleksi Baju Matahari Department Store	56
Gambar 3. 17 <i>Main Key Visual Christmas</i>	57
Gambar 3. 18 Pengumpulan Produk Edisi <i>Christmas</i>	58
Gambar 3. 19 Salah Satu Tampilan <i>Layout Christmas</i>	59
Gambar 3. 20 Contoh <i>Power Point</i> untuk <i>Project Christmas</i>	60
Gambar 3. 21 Mengemas Produk Edisi <i>Christmas</i> ke Beberapa Kardus.....	61
Gambar 3. 22 Suasana <i>Photoshoot Christmas</i>	62
Gambar 3. 23 Tampilan <i>E-Catalogue Christmas</i>	65
Gambar 3. 24 Tampilan Pakaian yang Akan Dikenakan Model untuk <i>TVC</i>	66
Gambar 3. 25 Suasana <i>Shooting TVC Christmas</i>	68
Gambar 3. 26 <i>Must Have Items</i>	69
Gambar 3. 27 Produk <i>Highlight</i> yang Terpilih untuk <i>Photoshoot</i>	70
Gambar 3. 28 Contoh <i>Power Point</i> untuk <i>Project Must Have Items</i>	71
Gambar 3. 29 Mengemas Produk <i>Highlight</i> ke dalam Koper.....	72
Gambar 3. 30 Suasana <i>Photoshoot Must Have Items</i>	73
Gambar 3. 31 Pengembalian Barang ke para <i>Merchandiser</i>	74
Gambar 3. 32 <i>Must Have Items</i> yang Sudah Jadi.....	75
Gambar 3. 33 Produk edisi <i>Chinese New Year</i> yang Terpilih untuk <i>Photoshoot</i> .	78
Gambar 3. 34 Iklan Promosi Matahari Department Store di Koran Kompas	80
Gambar 3. 35 WIP bulan November & Desember 2016	81
Gambar 3. 36 Desain Awal <i>Layout</i>	82

Gambar 3. 37 Pemasangan <i>Layout</i> Iklan Diruang <i>Meeting</i>	82
Gambar 3. 38 Suasana <i>Photoshoot</i> untuk <i>Print Ad</i>	83
Gambar 3. 39 <i>Daily Promotion</i> dari Koordinator CV dan DP.....	84
Gambar 3. 40 Kertas <i>Layout</i> Permintaan <i>Approval</i> ke Koordinator CV & DP	85
Gambar 3. 41 Suasana Ruang <i>Meeting</i> yang Berisi <i>Advertising Planning</i>	86



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 <i>Ladies World Brand</i>	19
Tabel 2. 2 <i>Man World Brand</i>	19
Tabel 2. 3 <i>Youth World Brand</i>	20
Tabel 2. 4 <i>Kids World Brand</i>	21
Tabel 2. 5 Kelebihan dan Kekurangan Media Cetak	28
Tabel 3. 1 Tugas yang Dikerjakan oleh Penulis.....	35
Tabel 3. 2 Tabel Tugas Lain yang Dikerjakan oleh Penulis	39
Tabel 3. 3 Daftar <i>Opening Store</i> yang Penulis Kerjakan	44
Tabel 3. 4 Lokasi <i>Photoshoot Christmas</i>	63

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA