



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
KEGIATAN KOMUNIKASI PEMASARAN
PT ESTATE FACILITY MANAGEMENT**



Nama : Clara Septyari
NIM : 09120110031
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Public Relations

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2012**

**PENGESAHAN LAPORAN KERJA MAGANG
KEGIATAN KOMUNIKASI PEMASARAN
PT ESTATE FACILITY MANAGEMENT**

Oleh

Nama : Clara Septyari

NIM : 09120110031

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Public Relations

Tangerang, 19 Desember 2012

Pembimbing

Penguji

Dr. Novita Damayanti

Inco Hary Perdana, S. Ikom., M.Si

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Dra. Bertha Sri Eko M., M.Si

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

Dengan ini saya :

Nama : Clara Septyari
NIM : 09120110031
Program Studi : Ilmu Komunikasi (Public Relations)

Menyatakan bahwa saya telah melaksanakan praktek kerja magang :

Nama perusahaan : PT Estate Facility Management
Divisi : Departemen Promosi & Event
Alamat : Jl. Jenderal Sudirman No. 1,
Cikokol, Tangerang
Periode magang : 29 Juni – 8 September 2012
Pembimbing lapangan : Cornelia Agnes Susanto

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

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

Tangerang, 9 November 2012

(Clara Septyari)

UMMN

ABSTRAK

Komunikasi pemasaran merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

Perkembangan mal di kawasan Tangerang menyebabkan masing-masing mal harus melakukan kegiatan komunikasi pemasaran untuk mendongkrak jumlah pengunjung dan menyiasati persaingan pusat perbelanjaan yang semakin ketat seperti yang dilakukan oleh Tangcity Mall. Segala kegiatan komunikasi pemasaran Tangcity Mall menjadi tugas dan tanggung jawab Departemen Promosi & Event, oleh karena itu departemen ini berperan penting dan sangat dibutuhkan bagi Tangcity Mall yang tergolong baru berdiri.

Selama dua bulan menjalani kerja magang di Departemen Promosi & Event PT Estate Facility Management yang mengelola Tangcity Mall, penulis mempelajari berbagai hal seperti pembuatan materi promosi hingga perencanaan dan implementasi *event* di Tangcity Mall. Selama melakukan kerja magang, penulis melihat Tangcity Mall dengan gencar melakukan kegiatan komunikasi pemasaran dalam bentuk *advertising*, *publicity/public relations* dan *internet marketing* dengan tujuan meningkatkan jumlah pengunjung sehingga dapat mendongkrak penjualan para *tenant* Tangcity Mall.

Selama melakukan kerja magang di PT Estate Facility Management, pada awalnya penulis sempat mengalami kendala dalam menjalin komunikasi dengan pembimbing lapangan berkenaan dengan tugas yang harus dikerjakan dan *load* pekerjaan yang cukup banyak namun dengan berjalannya waktu penulis dapat beradaptasi dan menyelesaikan berbagai tugas yang diberikan dengan baik. Penulis mendapatkan banyak ilmu pengetahuan yang aplikatif dan pengalaman dunia kerja yang sebelumnya tidak pernah didapatkan.

Kata kunci : komunikasi pemasaran, *promotion mix*, *advertising*, *publicity/public relations*, *internet marketing*.

UMMN

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur atas segala rahmat dan karunia-Nya yang dilimpahkan kepada penulis, hingga dapat terselesaikannya laporan magang ini, yang merupakan tugas dan kewajiban penulis dalam rangka prasyarat penyusunan skripsi, sekaligus melengkapi kegiatan internship yang diadakan pada semester tujuh di Universitas Multimedia Nusantara. Penyusunan laporan magang ini didasarkan atas kerja magang yang dilakukan oleh penulis di PT Estate Facility Management selama dua bulan.

Selama melakukan magang di PT Estate Facility Management, penulis ditempatkan di Departemen Promosi & *Event*. Sebagai mahasiswi jurusan Komunikasi dengan konsentrasi *Public Relations* (PR), penulis membuat beberapa materi penulisan promosi. Penulis juga berkesempatan berperan dalam perencanaan *event* sampai pelaksanaannya.

Selanjutnya dalam rangka penyusunan laporan magang ini penulis banyak mendapatkan petunjuk, bimbingan dan pengarahan dari berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis hendak menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Yth. Ibu Cornelia Agnes Susanto selaku pembimbing lapangan PT Estate Facility Management
2. Yth. Bapak Hansen Andrea selaku Chief Promotion PT Estate Facility Management
3. Yth. Ibu Bertha Sri Eko selaku Kaprodi Ilkom UMN
4. Yth. Ibu Novita Damayanti selaku dosen pembimbing magang
5. Rekan-rekan satu Departemen Promosi & *Event* PT Estate Facility Management atas bantuan dan kerja samanya
6. Rekan-rekan mahasiswa Ilmu Komunikasi UMN yang telah membantu dan memberikan dorongan kepada penulis, sehingga laporan magang ini dapat selesai.

Dalam penyelesaian laporan magang ini tentulah tidak terlepas dari hambatan dan kesulitan, sehingga laporan ini masih jauh dari sempurna dan untuk ini

penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun. Akhir kata, penulis berharap agar laporan magang ini dapat bermanfaat bagi pembacanya. Sekian dan terima kasih.

Tangerang, 2012



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAKSI	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
SISTEMATIKA PENULISAN	vi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang	3
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	3
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	4
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
2.1 Visi Perusahaan	6
2.2 Misi Perusahaan	6
2.3 Target Market	6
2.4 Struktur Organisasi	7
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	8
3.2 Tugas yang Dilakukan	8
3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang	
3.3.1 Proses Pelaksanaan	14
3.3.2 Kendala yang Ditemukan	30
3.3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	31
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	
4.1 Simpulan	33
4.2 Saran	34
DAFTAR PUSTAKA	35



SISTEMATIKA PENULISAN

BAB I PENDAHULUAN

- 1.1 Latar Belakang
- 1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang
- 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang
 - 1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang
 - 1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

- 2.1 Visi Perusahaan
- 2.2 Misi Perusahaan
- 2.3 Struktur Organisasi

BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG

- 3.1 Kedudukan dan Koordinasi
- 3.2 Tugas yang Dilakukan
- 3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang
 - 3.3.1 Proses Pelaksanaan
 - 3.3.2 Kendala yang Ditemukan
 - 3.3.3 Solusi atas Kendala yang Ditemukan

BAB IV SIMPULAN DAN SARAN

- 4.1 Simpulan
- 4.2 Saran