



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

AKTIVITAS *MARKETING COMMUNICATION* DI PT MITRA KONSULTANSI INDONESIA (EJJV)



Nama : Marcelina

NIM : 12140110076

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA
TANGERANG

2017

PENGESAHAN LAPORAN KERJA MAGANG

AKTIVITAS *MARKETING COMMUNICATION DI*

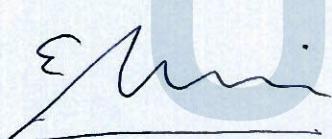
PT MITRA KONSULTANSI INDONESIA (EJJV)

Oleh

Nama : Marcelina
NIM : 12140110076
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Ilmu Komunikasi

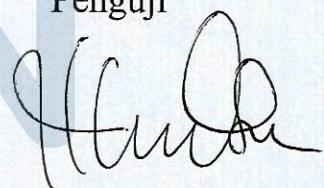
Tangerang, 12 Juli 2017

Pembimbing



Dr. Endah Muwarni, M.Si.

Pengaji

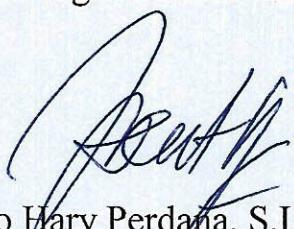


Hanif Suranto, M.Si.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Mengetahui :

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



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

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT DALAM PENYUSUNAN LAPORAN KERJA MAGANG

Dengan ini saya :

Nama : Marcelina
Nim : 12140110076
Program Studi : Public Relations

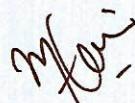
Menyatakan bahwa saya telah melaksanakan praktik kerja magang :

Nama Perusahaan : PT Mitra Konsultansi Indonesia
Divisi : Marketing Communications Department
Alamat : Perkantoran Bidex BSD
Periode Magang : Empat Bulan
Pembimbing Lapangan : Indra Putra Gunawan

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 kerja magang maupun dalam penulisan laporan kerja magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan tidak lulus untuk mata kuliah kerja magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 07 Juli 2017



Marcelina

ABSTRAK

AKTIVITAS MARKETING COMMUNICATION DI PT MITRA KONSULTANSI INDONESIA (EJJV)

Oleh : Marcelina (*Public Relation-2012*)

Berkembangnya teknologi dan pasar *smartphone* ikut mendorong perkembangan aplikasi mobile di Indonesia. Developer manager Nokia South East Asia, Narendra Wicaksono mengatakan sejak tahun 2011 silam, jumlah aplikasi lokal yang tersedia di Ovi Store mencapai 3.000 aplikasi. Jumlah ini belum termasuk aplikasi buatan internasional. Jumlah ini pun diprediksi akan bertambah pada tahun-tahun mendatang. Perkembangan ini merupakan suatu peluang bagi para pengusaha-pengusaha di bidang teknologi dan pengembang aplikasi mobile di Indonesia. Munculnya berbagai macam aplikasi mobile yang kian beragam mendorong PT Mitra Konsultansi Indonesia yang merupakan salah satu pengembang aplikasi untuk menyusun suatu strategi yang efektif dan efisien agar dapat bertahan di tengah persaingan yang semakin ketat. Maka dari itu PT Mitra Konsultansi Indonesia memilih strategi Marketing Communication untuk mendukung kegiatan promosi. Pada proses pelaksanaan praktik kerja magang, penulis menjalankan aktivitas *Marketing Communication* antara lain; *Advertising*, *Public Relation*, dan *Sales Promotion*. Kesimpulannya, dalam praktik kerja magang ini penulis dapat menerapkan langsung aktivitas *Marketing Communication* dan turut terlibat dalam setiap kegitannya. Laporan ini menerangkan tentang “Aktivitas Marketing Communication di PT Mitra Konsultansi Indonesia” yang penulis lakukan selama empat bulan bertempat di PT Mitra Konsultansi Indonesia (EJJV).

Kata Kunci : *Marketing Communication, Advertising, Public Relations , Event Management, Online Public Relations, PT Mitra Konsultansi Indonesia*

ABSTRAC

MARKETING COMMUNICATION ACTIVITIES IN PT MITRA KONSULTANSI INDONESIA (EJJV)

By : Marcelina (Public Relations-2012)

The development of technology and smartphone market helped push the development of mobile application in Indonesia. Nokia South East Asia developer manager, Narendra Wicaksono said since 2011 ago, the number of local applications available on Ovi Store reached 3,000 applications. This amount does not include international-made apps. This number is also predicted to increase in the coming years. This development is one of the opportunities for entrepreneurs in the field of technology and mobile application developers in Indonesia. The emergence of a variety of mobile applications are increasingly diverse encourage PT Mitra Konsultansi Indonesia which is one of the application developers to develop an effective and efficient strategy in order to survive in the midst of increasingly fierce competition. Therefore, PT Mitra Konsultansi Indonesia chose Communication Marketing Strategy to support promotional activities. In the process of applying internship work practices, the authors run Marketing Communication activities, among others; Advertising, Public Relations, and Sales Promotion. Translated, in this internship work the author can directly apply Marketing Communication activities and get involved in every kegitannya. This report describes "Communication Marketing Activities at PT Mitra Konsultansi Indonesia" which the author did for four months at PT Mitra Konsultansi Indonesia (EJJV).

Keyword : *Marketing Communication, Advertising, Public Relations , Event Management, Online Public Relations, PT Mitra Konsultansi Indonesia*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, yang telah memberikan berkat dan hikmat-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan praktek kerja lapangan ini dengan sebaik-baiknya.

Laporan ini disusun oleh penulis berdasarkan hasil kerja lapangan di PT Mitra Konsultansi Indonesia, mulai dari tanggal 01 Desember 2016 sampai 14 April 2017. Laporan kerja lapangan ini merupakan syarat kelulusan untuk menyelesaikan pendidikan program Strata-I jurusan Ilmu Komunikasi pada Universitas Multimedia Nusantara. Adapun tujuan penulisan laporan ini agar penulis dapat merasakan dunia kerja secara nyata dan merealisasikan teori yang didapatkan saat masa perkuliahan di dunia kerja.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian laporan magang ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Indra Putra Gunawan selaku Marketing Manager dan pembimbing lapangan yang selalu memberikan arahan dan saran selama penulis melakukan praktek kerja lapangan di PT Mitra Konsultansi Indonesia.
2. Dr. Endah Muwarni, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Magang yang telah melungangkannya waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam membuat laporan ini.
3. Bapak Hanif Suranto, M.Si. selaku Dosen Pengujii.
4. Bapak Inco Harry Perdana, S.I.Kom., M.Si. selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi.
5. Bapak Hendry Arifin sebagai Director PT Mitra Konsultansi Indonesia.
6. Bapak Irfan Alfarisy selaku Human Resources Manager PT Mitra Konsultansi Indonesia.
7. Ibu Christina Sudjokowati selaku Chief Accounting PT Mitra Konsultansi Indonesia.

8. Mami, Papi, Oma, dan seluruh keluarga yang senantiasa memberikan perhatian, kasih sayang, serta dukungannya, doa dan dorongan moril maupun materiil kepada penulis.
9. Kepada seluruh rekan kerja PT Mitra Konsultansi Indonesia Pak Hery, Kak Septy, Kak Cetin, Panny, Ade, Pak Alif, Febriyan, Caitlyn, Pak Darren, Mba Ass, dan Mas Kiki, Terima kasih sudah membimbing dan menemani penulis selama praktik kerja lapangan di PT Mitra Konsultansi Indonesia.
10. Kepada teman-teman cantik : Icha, Sarah Jane, Septi, Yulia dan Melissa . Kepada Stella, Jete, Thesa, Kak Kristin, terima kasih untuk dukungan dan motivasinya selama ini sehingga penulis dapat menyusun laporan praktik kerja lapangan ini.

Penulis menyadari bahwa penyusun laporan magang ini belum sempurna, baik penulisan maupun isi karena keterbatasan kemampuan penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari pembaca untuk penyempurnaan isi laporan magang ini.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih, semoga laporan magang ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pembaca dan semoga Tuhan Yesus selalu melimpahkan rahmat dan hikmatNya kepada kita semua.

Tangerang, 07 Juli 2017

Penulis,

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

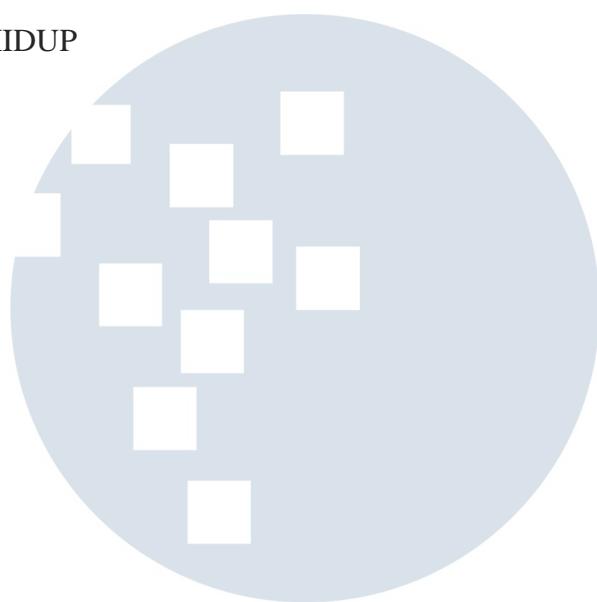
Marcelina

12140110076

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	iii
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Kerja Magang.....	4
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	4
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	4
1.3.2 Prosedur Kerja Magang	5
BAB II	7
GAMBARAN UMUM	7
PT MITRA KONSULTANSI INDONESIA (EJJV)	7
2.1 Profil PT Mitra Konsultansi Indonesia (EJJV)	7
2.2 Struktur Organisasi PT Mitra Konsultansi Indonesia	12
BAB III	15
PELAKSANAAN KERJA MAGANG	15
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	15
3.2 Tugas yang Dilakukan.....	15
3.3 Uraian Pelaksanaan Magang	16
3.3.1 Proses Pelaksanaan.....	16
3.4 Kendala yang ditemukan	33
3.5 Solusi untuk mengatasi kendala	34

BAB IV	35
PENUTUP	35
4.1 Kesimpulan	35
4.2 Saran	36
DAFTAR PUSTAKA	37
LAMPIRAN	
RIWAYAT HIDUP	



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.1 Logo PT Mitra Konsultansi Indonesia	8
Gambar 2.2.1 Struktur Organisasi PT Mitra Konsultansi Indonesia	12
Gambar 2.2.2 Bagan Organisasi <i>Sales & Marketing Department</i>	14
Gambar 3.3.1.1 <i>advertising</i> pada Facebook Farkir	17
Gambar 3.3.1.2 <i>advertising</i> pada Instagram Farkir	18
Gambar 3.3.1.3 Leafet Farkir	19
Gambar 3.3.1.4 Instagram Farkir	21
Gambar 3.3.1.5 Press Release Farkir	23
Gambar 3.3.1.6 Website Farkir	24
Gambar 3.3.1.7 Artikel untuk website Farkir	25

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.1 Gambaran Umum PT Mitra Konsultansi Indonesia 11



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA