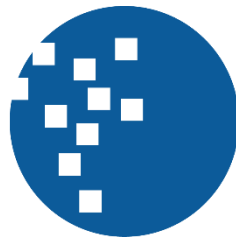


**PENINGKATAN HUBUNGAN MASYARAKAT DAN CITRA  
MEREK MELALUI STRATEGI KOMUNIKASI DI  
*MARKETING DEPARTMENT LEXUS PLUIT GALLERY***



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

**Edward Wijaya Rahardja**

**00000055772**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2024**

**PENINGKATAN HUBUNGAN MASYARAKAT DAN CITRA  
MEREK MELALUI STRATEGI KOMUNIKASI DI  
MARKETING DEPARTMENT LEXUS PLUIT GALLERY**



**LAPORAN MBKM**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

**Edward Wijaya Rahardja**

**00000055772**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2024**

# HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Edward Wijaya Rahardja

Nomor Induk Mahasiswa : 00000055772

Program studi : Manajemen

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

“PENINGKATAN HUBUNGAN MASYARAKAT DAN CITRA MEREK MELALUI STRATEGI KOMUNIKASI DI *MARKETING DEPARTMENT LEXUS PLUIT GALLERY*.” merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain. dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/ penyimpangan, baik dalam pelaksanaan maupun dalam penulisan laporan MBKM, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan MBKM yang telah saya tempuh.

Tangerang, 17 May 2024



Edward Wijaya Rahardja

NUSANTARA

## HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan MBKM dengan judul

**“PENINGKATAN HUBUNGAN MASYARAKAT DAN CITRA MEREK  
MELALUI STRATEGI KOMUNIKASI DI *MARKETING DEPARTMENT*  
LEXUS PLUIT GALLERY”**

Oleh

Nama : Edward Wijaya Rahardja

NIM : 00000055772

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Laporan Kerja Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 17 Mei 2024

Pembimbing

Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par, M.M, CSCP

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

0312087404

0323047801

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul  
**“PENINGKATAN HUBUNGAN MASYARAKAT DAN CITRA MEREK  
MELALUI STRATEGI KOMUNIKASI DI *MARKETING DEPARTMENT*  
LEXUS PLUIT GALLERY”**

Oleh  
Nama : Edward Wijaya Rahardja  
NIM : 00000055772  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Kamis, 6 Juni 2024  
Pukul 11.00 s/d 12.00 dan dinyatakan  
**LULUS**

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing



Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par, M.M, CSCP

0312087404

Penguji



Boby Arinto, S.E., M.M.

0323057005

Ketua Program Studi Manajemen



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

0323047801

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Edward Wijaya Rahardja

NIM : 00000055772

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

JenisKarya : Laporan MBKM

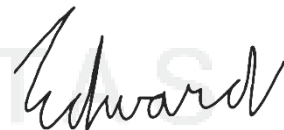
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“PENINGKATAN HUBUNGAN MASYARAKAT DAN CITRA MEREK  
MELALUI STRATEGI KOMUNIKASI DI *MARKETING DEPARTMENT*  
LEXUS PLUIT GALLERY”**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalih media / format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 17 May 2024

Yang menyatakan,



Edward Wijaya Rahardja

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan Magang ini dengan judul: **“PENINGKATAN HUBUNGAN MASYARAKAT DAN CITRA MEREK MELALUI STRATEGI KOMUNIKASI DI MARKETING DEPARTMENT LEXUS PLUIT GALLERY.”** Laporan ini merupakan gambaran menyeluruh tentang pengalaman magang penulis di departemen *Marketing Communication* di Lexus Pluit Gallery. Laporan Magang ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S.M) di Universitas Multimedia Nusantara.

Penulis telah berkesempatan untuk terlibat langsung dalam berbagai proyek yang terkait dengan strategi *Marketing Communication* dan *Customer Relation*. Tujuan utama Laporan Magang ini adalah untuk menjelaskan upaya yang telah dilakukan oleh tim *marketing department* Lexus Pluit Gallery dalam meningkatkan hubungan dengan masyarakat dan memperkuat citra merek Lexus di pasar otomotif Indonesia. Laporan Magang ini mencakup analisis mendalam mengenai peran strategi komunikasi dalam membangun hubungan yang baik dengan masyarakat serta meningkatkan kesadaran dan pemahaman tentang merek Lexus.

Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ibu Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A, selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.

4. Bapak Dr. Mohammad Annas, S.Tr.Par, M.M, CSCP, sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Bapak Prawira Artha, selaku *Chief Operating Officer* di Lexus Pluit Gallery yang telah membantu penulis dalam memberikan kesempatan untuk bergabung ke dalam perusahaan untuk proses kerja magang.
6. Ibu Stephanie Viona Sihite, selaku *Human Capital Supervisor* di Lexus Pluit Gallery yang senantiasa menerima penulis untuk dapat bergabung dalam perusahaan untuk proses kinerja magang.
7. Bapak Christian, selaku *Marketing & Customer Relation Manager* di Lexus Pluit Gallery yang telah menerima dan memberikan kesempatan kepada penulis untuk berkontribusi dalam divisi *Marketing* selama proses magang.
8. Ibu Ines, selaku *Marketing & Customer Relation Supervisor* di Lexus Pluit Gallery yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk berkontribusi dalam divisi *Marketing* selama proses magang.
9. Ibu Graciela Margaretha, sebagai *Marketing Communication Staff* di Lexus Pluit Gallery yang telah memberikan koordinasi, edukasi, pelajaran, dan bimbingan dalam bekerja selama proses magang.
10. Bapak Felix Wijaya, selaku *Customer Relation Staff* di Lexus Pluit Gallery yang telah memberikan koordinasi, edukasi, pelajaran, dan bimbingan dalam bekerja selama proses magang.
11. Friska, selaku *Internship Database Administration* di Lexus Pluit Gallery yang telah memberikan pembelajaran dan pekerjaan dalam bekerja selama proses magang.
12. Seluruh karyawan Lexus Pluit Gallery yang telah membantu, mengajarkan, dan memberikan informasi penting selama proses magang berlangsung.
13. Kepada Perusahaan PT. Laras Exata Ustanta (Lexus Pluit Gallery) yang telah memberikan kesempatan untuk penulis melaksanakan praktek kerja magang.
14. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Laporan Magang ini.



15. Veronica Agustine, yang senantiasa membantu dan memberikan support kepada penulis dalam proses kinerja magang dari awal sampai akhir.
16. Teman-teman yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis.

Penulis berterima kasih atas bimbingan dan dukungan yang luar biasa selama proses kinerja magang penulis di divisi *Marketing* khususnya *Marketing Communication*. Pengalaman ini telah menjadi langkah yang berharga dalam perjalanan karir penulis. Terima kasih atas kesempatan untuk belajar dari para profesional yang berdedikasi di perusahaan ini. Bimbingan yang diberikan tidak hanya meningkatkan keterampilan dalam strategi komunikasi pemasaran, tetapi juga memberikan wawasan berharga tentang bagaimana sebuah merek mewah dapat mengukir keberhasilan. Terima kasih atas kerjasama yang luar biasa dari seluruh tim khususnya divisi *Marketing & Customer Relation*, yang telah membuat pengalaman magang ini menjadi begitu berkesan dan penuh inspirasi. Penulis sangat bersyukur telah menjadi bagian dari keluarga Lexus Pluit *Gallery* dan menjadi kenangan berharga yang akan selalu dihargai dalam karir penulis ke depan.

Tangerang, 17 Mei 2024



Edward Wijaya Rahardja

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

**PENINGKATAN HUBUNGAN MASYARAKAT DAN CITRA  
MEREK MELALUI STRATEGI KOMUNIKASI DI  
MARKETING DEPARTMENT LEXUS PLUIT GALLERY**

Edward Wijaya Rahardja

**ABSTRAK**

Dalam beberapa tahun terakhir, industri otomotif menunjukkan perkembangan yang sangat signifikan, didorong oleh pertumbuhan kelas menengah di Indonesia. Lexus, sebagai produsen mobil mewah, memanfaatkan strategi pemasaran yang cerdas untuk mempertahankan dan meningkatkan citra mereknya. Melalui program magang di divisi *Marketing & Customer Relation*, penulis menerapkan strategi komunikasi yang efektif untuk membangun dan memperkuat hubungan dengan konsumen serta *stakeholders* lainnya. Tugas utama meliputi pengelolaan media sosial, perencanaan dan pelaksanaan event, serta kolaborasi dengan vendor eksternal untuk kampanye pemasaran. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang tepat dapat meningkatkan kesadaran merek dan loyalitas pelanggan, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan penjualan dan reputasi perusahaan. Penelitian ini memberikan wawasan mengenai pentingnya peran komunikasi dalam pemasaran otomotif dan menyarankan pendekatan yang dapat diterapkan oleh perusahaan lain untuk mencapai hasil serupa.

**Kata kunci:** Hubungan Masyarakat, Citra Merek, Strategi Komunikasi, Industri Otomotif, Pemasaran.

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**PENINGKATAN HUBUNGAN MASYARAKAT DAN CITRA  
MEREK MELALUI STRATEGI KOMUNIKASI DI  
MARKETING DEPARTMENT LEXUS PLUIT GALLERY**

Edward Wijaya Rahardja

***ABSTRACT (English)***

*In recent years, the automotive industry has shown significant growth, driven by the expanding middle class in Indonesia. Lexus, as a luxury car manufacturer, has leveraged smart marketing strategies to maintain and enhance its brand image. Through an internship program in the Marketing & Customer Relations division, the author applied effective communication strategies to build and strengthen relationships with consumers and other stakeholders. Key tasks included managing social media, planning and executing events, and collaborating with external vendors for marketing campaigns. The results from these activities demonstrate that the right communication strategy can enhance brand awareness and customer loyalty, ultimately contributing to increased sales and company reputation. This research provides insights into the crucial role of communication in automotive marketing and suggests approaches that other companies can adopt to achieve similar results.*

**Keywords:** *Public Relations, Brand Image, Communication Strategy, Automotive Industry, Marketing.*

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT (English).....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang .....	8
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	9
1.3.1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang .....	9
1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	10
1.4. Sistematika Penulisan Laporan Magang .....	13
<b>BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....</b>	<b>15</b>
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	15
2.1.1 Visi Misi.....	20
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	22
<b>BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG .....</b>	<b>31</b>
3.1 Kedudukan dan Koordinasi .....	31
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	32
3.2.1 Tugas Yang Dilakukan.....	32
3.2.2 Uraian Kerja Magang.....	41
3.3 Kendala yang Ditemukan .....	73
3.3.1. Revisi <i>Collaterals Design</i> .....	74
3.3.2. Revisi <i>Deck Event</i> .....	74

3.3.3.	Konten Tidak Sesuai dengan Referensi .....	74
3.3.4.	Kurangnya Minat terhadap Mobil Lexus pada <i>Event BBGC Welcoming 2024 Golf Tournament</i> .....	75
3.3.5.	Terdapat Miskomunikasi dari Pihak Penyelenggara yang Merugikan Pihak Lexus.....	75
3.3.6.	Kurang Minat terhadap Mobil Lexus NX350h F-Sport dan Lexus RZ450e pada <i>Event Lexus Electrifying Experience</i> di Citra 8.....	76
3.3.7.	Revisi <i>Morning Briefing</i> .....	76
3.3.8.	Ketidaksesuaian Jumlah <i>Stock</i> pada saat <i>Stock Opname</i> .....	76
3.3.9.	Kurangnya <i>Stock</i> yang Tersedia untuk <i>Delivery Gift</i> .....	76
3.4	Solusi Atas Kendala yang Ditemukan .....	77
3.4.1.	Solusi Atas Revisi <i>Collaterals Design</i> .....	77
3.4.2.	Solusi Atas Revisi <i>Deck Event</i> .....	77
3.4.3.	Solusi Atas Konten Tidak Sesuai dengan Referensi .....	78
3.4.4.	Solusi Atas Kurangnya Minat terhadap Mobil Lexus pada <i>Event BBGC Welcoming 2024 Golf Tournament</i> .....	78
3.4.5.	Solusi Atas Terdapat Miskomunikasi dari Pihak Penyelenggara yang Merugikan Pihak Lexus .....	79
3.4.6.	Solusi Atas Kurang Minat terhadap Mobil Lexus NX 350h F-Sport dan Lexus RZ 450e pada <i>Event Lexus Electrifying Experience</i> di Citra 8....	79
3.4.7.	Solusi Atas Revisi <i>Morning Briefing</i> .....	80
3.4.8.	Solusi Atas Ketidaksesuaian Jumlah <i>Stock</i> pada saat <i>Stock Opname</i> 80	
3.4.9.	Solusi Atas Kurangnya <i>Stock</i> yang Tersedia untuk <i>Delivery Gift</i> ..	80
<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>82</b>
4.1	Kesimpulan.....	82
4.2	Saran .....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>86</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>88</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1. <i>Lexus Car Product Table</i> .....</b>	<b>17</b>
<b>Tabel 2.2. <i>Lexus Indonesia Location Table</i> .....</b>	<b>19</b>
<b>Tabel 3.1. <i>Job Description</i> .....</b>	<b>33</b>

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Pabrik Otomotif di Indonesia .....	2
Gambar 1.2. Penjualan Otomotif di Asia Tenggara. ....	4
Gambar 1.3. Lexus. ....	6
Gambar 2.1. Logo Lexus. ....	15
Gambar 2.2. Lexus LS 400. ....	15
Gambar 2.3. PT Laras Exata Ustanta. ....	19
Gambar 2.4. Lexus Pluit <i>Gallery</i> . ....	20
Gambar 2.5. Struktur Organisasi PT Laras Exata Ustanta. ....	22
Gambar 3.1. Struktur Organisasi <i>Marketing &amp; Customer Relation</i> <i>Department</i> . ....	32
Gambar 3.2. <i>Sleeve Packaging Korte</i> .....	42
Gambar 3.3. <i>Special Menu</i> . ....	43
Gambar 3.4. <i>Deck Event Soirée of Love</i> .....	44
Gambar 3.5. <i>Deck Event Gallery in Motion</i> .....	45
Gambar 3.6. <i>Take content</i> .....	47
Gambar 3.7. <i>Social Media Content Timeline</i> .....	48
Gambar 3.8. <i>BBGC Welcoming 2024 Golf Tournament</i> .....	49
Gambar 3.9. <i>Soirée of Love</i> .....	50
Gambar 3.10. Lexus Indonesia Iftar 2024. ....	51
Gambar 3.11. <i>Lexus Electrifying Experience (in collaboration with CitraLake</i> <i>Villa &amp; Citra 8 Aeroworld)</i> . ....	52

<b>Gambar 3.12. Berita Acara BBGC Welcoming 2024 Golf Tournament.....</b>	<b>54</b>
<b>Gambar 3.13. Berita Acara Lexus Electrifying Experience (in collaboration with CitraLake Villa &amp; Citra 8 Aeroworld). .....</b>	<b>55</b>
<b>Gambar 3.14. Meeting event Lexus Indonesia Iftar 2024. ....</b>	<b>57</b>
<b>Gambar 3.15. Meeting Social Media Monthly Report.....</b>	<b>58</b>
<b>Gambar 3.16. Meeting PDCA.....</b>	<b>59</b>
<b>Gambar 3.17. Morning briefing .....</b>	<b>60</b>
<b>Gambar 3.18. Stock Opname .....</b>	<b>62</b>
<b>Gambar 3.19. Thank You Letter. ....</b>	<b>63</b>
<b>Gambar 3.20. Birthday Letter.....</b>	<b>65</b>
<b>Gambar 3.21. E-Catalogue Lexus Collection.....</b>	<b>66</b>
<b>Gambar 3.22. Delivery Gift. ....</b>	<b>68</b>
<b>Gambar 3.23. Wacaco Minipresso.....</b>	<b>69</b>
<b>Gambar 3.24. Form Pembayaran.....</b>	<b>71</b>
<b>Gambar 3.25. WhatsApp Blast.....</b>	<b>73</b>

U M M N

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran A. Surat Pengantar MBKM - MBKM 01 .....</b>	<b>87</b>
<b>Lampiran B. Kartu MBKM - MBKM 02 .....</b>	<b>88</b>
<b>Lampiran C. Daily Task Kewirausahaan - MBKM 03 .....</b>	<b>89</b>
<b>Lampiran D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM - MBKM 04 .....</b>	<b>126</b>
<b>Lampiran E. Surat Penerimaan MBKM (LoA) .....</b>	<b>127</b>
<b>Lampiran F. Lampiran pengecekan hasil Turnitin .....</b>	<b>128</b>
<b>Lampiran G. Semua hasil karya tugas yang dilakukan selama MBKM.....</b>	<b>132</b>

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA