

**PERAN PUBLIC & MEDIA RELATIONS PADA DIVISI MARKETING  
COMMUNICATION DALAM MENCIPTAKAN CITRA POSITIF  
PERUSAHAAN PT. ELECTRONIC CITY INDONESIA TBK**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

**RACHEL NINDYSARI**

**00000056879**

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

**PERAN PUBLIC & MEDIA RELATIONS PADA DIVISI MARKETING  
COMMUNICATION DALAM MENCIPTAKAN CITRA POSITIF  
PERUSAHAAN PT. ELECTRONIC CITY INDONESIA TBK**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

**RACHEL NINDYSARI**

**0000056879**

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

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Rachel Nindyasari

Nomor Induk Mahasiswa : 00000056879

Program studi : Manajemen

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

*Peran Public & Media Relations pada Divisi Marketing Communication dalam Menciptakan Citra Positif Perusahaan PT. Electronic City Indonesia Tbk*

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 Mei 2024



(Rachel Nindyasari)

## HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan magang dengan judul *Peran Public & Media Relations pada Divisi Marketing Communication dalam Menciptakan Citra Positif Perusahaan PT. Electronic City Indonesia Tbk*

Oleh

Nama : Rachel Nindyasari  
NIM : 00000056879  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Skripsi/Tesis/Disertasi Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 20 Mei 2024

Pembimbing



Boby Arinto, S.E., M.M.  
NIDN: 0323057005

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M.  
NIDN: 0323047801

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul

*Peran Public & Media Relations pada Divisi Marketing Communication dalam Menciptakan Citra Positif Perusahaan PT. Electronic City Indonesia Tbk*

Oleh

Nama : Rachel Nindyasari

NIM : 00000056879

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Senin, 20 Mei 2024

Pukul 00.00 s/d 00.00 dan dinyatakan

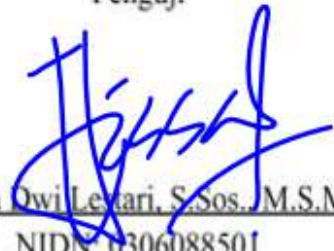
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing  


Boby Arinto, S.E., M.M.  
NIDN: 0323057005

Penguji



Elissa Owi Lestari, S.Sos., M.S.M  
NIDN: 0306088501

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M.  
NIDN: 0323047801

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Rachel Nindyasari

NIM : 00000056879

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Jenis Karya : Laporan MBKM

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

*Peran Public & Media Relations pada Divisi Marketing Communication dalam Menciptakan Citra Positif Perusahaan PT. Electronic City Indonesia Tbk*

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, 20 Mei 2024

Yang menyatakan,



(Rachel Nindyasari)

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan MBKM ini dengan judul: *“Peran Public & Media Relations pada Divisi Marketing Communication dalam Menciptakan Citra Positif Perusahaan PT. Electronic City Indonesia Tbk ”* dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Strata 1 Jurusan Manajemen Pada Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Purnamaningsih, S.E., M.S.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bobby Arinto, S.E., M.M., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Karani Sukandar Putri, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Kepada Perusahaan PT. Electronic City Indonesia Tbk.
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini..
8. Teman-teman seperjuangan magang, yang telah membantu dalam pencarian informasi seputar magang, dan juga karena telah saling

9. memberikan semangat untuk dapat menyelesaikan proses magang ini dengan baik dan lancar

Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat, baik sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi, dan bagi para pembaca.

Tangerang, 20 Mei 2024

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized initial 'R' followed by a series of loops and a long horizontal stroke extending to the right.

(Rachel Nindyasari)



***Peran Public & Media Relations pada Divisi Marketing Communication dalam Menciptakan Citra Positif Perusahaan PT. Electronic City Indonesia Tbk***

Rachel Nindyasari

**ABSTRAK**

*Perkembangan teknologi yang cepat, terlebih hadirnya media sosial, semakin mempercepat proses komunikasi dalam masyarakat sekarang ini. Survei terbaru oleh Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan pertumbuhan signifikan pengguna internet di Indonesia di tahun 2024, mencapai 79,5% dari total perhitungan populasi di tahun 2023. Gen-Z dan Millennial merupakan kontributor terbesar dalam penggunaan internet. Sehingga dari fenomena ini, seorang Public Relations (PR) memiliki peran yang krusial, terutama di dalam mengadopsi teknologi digital dalam kegiatan sehari-hari. PR di era digital membutuhkan adaptasi cepat untuk memanfaatkan media terbaru dalam membangun komunikasi yang efektif. Pentingnya PR dalam membangun hubungan dengan stakeholdernya dilakukan untuk semakin memperkuat citra organisasi. Oleh karena itu, dalam laporan praktek kerja magang yang dibuat akan menggambarkan pengalaman praktik magang penulis sebagai Public & Media Relations Intern di PT. Electronic City Indonesia Tbk, yang berada dalam Divisi Marketing Communication. Hal ini juga bertujuan untuk mendapatkan pemahaman praktis mengenai peran seorang PR di dalam sebuah industri serta menerapkan teori-teori yang telah dipelajari dalam sebelumnya.*

***Kata kunci:*** *Electronic City Indonesia, Marketing Communication, Public & Media Relations.*

***The Role of Public & Media Relations in the Marketing Communication  
Division in Creating a Positive Image at PT. Electronic City Indonesia Tbk***

Rachel Nindyasari

***ABSTRACT***

*Rapid technological advancements, particularly the advent of social media, have expedited the communication processes within contemporary society. The latest survey conducted by the Indonesian Internet Service Providers Association (APJII) indicates a significant growth in internet users in Indonesia in 2024, reaching 79.5% of the total population estimated in 2023. Gen-Z and Millennials are the primary contributors to internet usage. Consequently, within this phenomenon, a Public Relations (PR) professional plays a pivotal role, particularly in embracing digital technology in daily activities. PR in the digital era necessitates rapid adaptation to leverage the latest media for effective communication. The importance of PR in fostering relationships with stakeholders is crucial to enhancing the organization's image. Therefore, this internship report aims to delineate the author's internship experience as a Public & Media Relations Intern at PT. Electronic City Indonesia Tbk, situated within the Marketing Communication Division. Additionally, it endeavors to gain practical insights into the role of PR within an industry and apply previously acquired theoretical knowledge.*

***Keywords:*** *Electronic City Indonesia, Marketing Communication, Public & Media Relations.*

## DAFTAR ISI

<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>viii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....	7
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	8
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang.....	8
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Magang.....	9
<b>BAB II.....</b>	<b>11</b>
<b>GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....</b>	<b>11</b>
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	11
2.1.1 Visi Misi.....	15
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	16
<b>BAB III.....</b>	<b>19</b>
<b>PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....</b>	<b>19</b>
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	19
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	23
3.2.1 Tugas yang Dilakukan Penulis Selama Periode Kerja Magang.....	23
3.2.2 Uraian Secara Umum Pekerjaan yang Dilakukan Penulis Selama Proses Kerja Magang.....	27
3.3 Kendala yang Ditemukan.....	60
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	62
<b>BAB IV.....</b>	<b>64</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>64</b>
4.1 Kesimpulan.....	64

4.2 Saran.....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>69</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>72</b>
Lampiran A Surat Pengantar MBKM (MBKM 01).....	73
Lampiran B Kartu MBKM (MBKM 02).....	74
Lampiran C Daily Task Kewirausahaan (MBKM 03).....	75
Lampiran D Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04).....	95
Lampiran F Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin.....	97
Lampiran G Semua Hasil Karya Tugas yang Dilakukan Selama MBKM.....	99
Lampiran H Formulir Konsultasi Magang Prodi Manajemen Semester Genap 2023/2024.....	105

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tingkat Pertumbuhan Penetrasi Internet Tiap Tahun di Indonesia Sumber: apjii.or.id, 2024.....	3
Gambar 1.2 Perbandingan Tingkat Penetrasi Pengguna Internet Berdasarkan Usia Sumber: apjii.or.id, 2024.....	3
Gambar 1.3 Data dari datareportal.com Sumber:Datareportal.com, 2024.....	4
Gambar 2.1 Logo dan Tagline PT. Electronic City Indonesia Tbk.....	11
Gambar 2.2 Toko Pertama PT. Electronic City Indonesia Tbk di kawasan Sudirman Central Business District (SCBD), Jakarta.....	11
Gambar 2.3 Logo eci.id Sumber: corp.electronic-city.com, 2013.....	13
Gambar 2.4 Tampilan Website eci.id.....	14
Gambar 2.5 Tampilan Aplikasi eci.id Sumber: corp.electronic-city.com, 2013.....	14
Gambar 2.6 Struktur Organisasi.....	17
Gambar 3.1 Struktur koordinasi dan kedudukan penulis.....	23
Gambar 3.2 Timeline Radio 2024.....	28
Gambar 3.4 Contoh Draft Adlibs Radio untuk Event Jakarta Lebaran Fair Bagian Why, Tagline.....	31
Gambar 3.5 List Nama Media Untuk Grand Opening Store dan Event Product.....	33
Gambar 3.6 Contoh Approach Media Melalui WhatsApp untuk Liputan dan Pengiriman Press Release.....	34
Gambar 3.7 Attendance Media yang Hadir di GO Store Palembang dan Link Press Release.....	36
Gambar 3.8 Penerbitan Press Release GO Palembang Media Radar Palembang.....	36
Gambar 3.9 Penerbitan Press Release GO Palembang Media Radar Palembang.....	37
Gambar 3.10 Penerbitan Press Release GO Palembang Media Detik Sumsel.....	38
Gambar 3.11 Attendance Media yang Hadir di GO Store Bali dan Link Press Release.....	39
Gambar 3.12 Penerbitan Press Release GO Bali Media Bali Portal News.....	40
Gambar 3.13 Penerbitan Press Release GO Bali Media Bali Tribune	41
Gambar 3.14 Penerbitan Press Release GO Bali Media Bali Tribune	41

Gambar 3.15 Attendance Media yang Hadir di GO Store Puri Indah Mall.....	42
Gambar 3.16 Penerbitan Press Release GO Puri Indah Mall Media Indopos.co.id.....	43
Gambar 3.17 Penerbitan Press Release GO Puri Indah Mall Media Rakyat Merdeka.....	44
Gambar 3.18 Penerbitan Press Release GO Puri Indah Mall Media Kompas.com.....	45
Gambar 3.19 Materi Feeds Instagram untuk Campaign Hari Raya Besar.....	46
Gambar 3.20 Contoh Paging untuk Campaign Lunar New Year 2024	46
Gambar 3.21 Media Undangan yang sedang Mewawancarai Narasumber pada saat Berlangsungnya Event.....	47
Gambar 3.22 Media Visit & Event Visit Booth Electronic City di Jakarta Lebaran Fair.....	48
Gambar 3.23 Contoh Press Release untuk Grand Opening Store Puri Indah Mall.....	49
Gambar 3.24 Contoh Press Release untuk Jakarta Lebaran Fair.....	50
Gambar 3.25 Contoh WhatsApp Blast yang Dibuat Penulis.....	51
Gambar 3.26 Contoh Email Marketing yang Dibuat Penulis.....	52
Gambar 3.27 Invoice Pembayaran Bukti Tayang dari Radio.....	53
Gambar 3.28 Track Invoice Pembayaran Bukti Tayang dari Radio.....	54
Gambar 3.29 Kumpulan Blog City yang Telah Dibuat Oleh Penulis..	55
Gambar 3.30 List Tenant Relations Mall yang Telah Dihubungi Penulis	56
Gambar 3.31 Contoh Approach Tenant Relations Mall Untuk Pengiriman Materi Promosi.....	57
Gambar 3.32 Contoh Balasan Comment pada Instagram Electronic City.....	58
Gambar 3.33 Bukti Konten pada Instagram Reels.....	59
Gambar 3.34 Bukti Content TikTok, hingga Youtube.....	60