

**Peran Marketing Communication dalam Kegiatan Promosi
di Bali National Golf Club**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

I Putu Gede Widiharta
00000057269

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024

**Peran Marketing Communication dalam Kegiatan Promosi
di Bali National Golf Club**



LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

I Putu Gede Widiharta

00000057269

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

1

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan magang dengan judul
**PERAN MARKETING COMMUNICATION DALAM KEGIATAN PROMOSI DI BALI
NATIONAL GOLF CLUB**

Oleh

Nama : I Putu Gede Widiharta

NIM : 00000057269

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 17 Mei 2024

Pembimbing



Ika Yanuarti, S.E., M.S.F, CSA

0708017601

Ketua Program Studi Manajemen



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

032304780

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul

**“PERAN MARKETING COMMUNICATION DALAM KEGIATAN PROMOSI
DI BALI NATIONAL GOLF CLUB”**

Oleh
Nama : I Putu Gede Widiharta
NIM : 00000057269
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Senin, 10 Juni 2024

Pukul 10.00 s/d 11.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing

Ika Yanuarti, S.E., M.S.F, CSA

0708017601

Penguji

Felix Sutisna, S.E., M.M.

0307067701

Ketua Program Studi Manajemen

Purnamaningsih S.E., M.S.M

0323047801

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : I Putu Gede Widiharta

Nomor Induk Mahasiswa : 00000057269

Program studi : Manajemen

Laporan Magang dengan judul:

“PERAN MARKETING COMMUNICATION DALAM KEGIATAN PROMOSI DI BALI NATIONAL GOLF CLUB”

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, 10 Juni 2024



I Putu Gede Widiharta

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : I Putu Gede Widiharta

NIM : 00000057269

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 MARKETING COMMUNICATION DALAM KEGIATAN PROMOSI
DI BALI NATIONAL GOLF CLUB”

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, 19 Mei 2024
Yang menyatakan,



I Putu Gede Widiharta

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul: “PERAN MARKETING COMMUNICATION DALAM KEGIATAN PROMOSI DI BALI NATIONAL GOLF CLUB” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen 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. Ibu Purnamaningsih, S.E.,M.S.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Ika Yanuarti, S.E., M.S.F, CSA, sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Ibu Ridha Murtiningtyas, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Kepada Perusahaan dan staf Bali National Golf Club yang sudah memberikan kesempatan untuk bergabung menjadi bagian dari perusahaan.

7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini..
8. Jackrine, Jastin, Veliecia, Cindy dan teman-teman yang sudah memberikan dukungan selama proses penyelesaian aktivitas magang dan penyelesaian laporan magang.

Semoga karya ilmiah dan proses magang yang telah ditempuh ini dapat menjadi proses awal pembelajaran untuk dapat berkarir di bidang marketing dan pemahaman serta pengalaman yang didapat dari proses magang bisa berguna untuk kedepannya.

Tangerang, 19 Mei 2024



I Putu Gede Widiarta



PERAN MARKETING COMMUNICATION DALAM KEGIATAN PROMOSI DI BALI NATIONAL GOLF CLUB

I Putu Gede Widiharta

ABSTRAK

Laporan magang ini merupakan hasil dari kegiatan praktik kerja magang pada PT. Bali Destinasi Lestari (Bali National Golf Club) yang bergerak di bidang golf dan pariwisata. Penulis melaksanakan praktik magang selama kurang lebih 640 jam, dengan jabatan sebagai *Marketing and Communication*. Penulis sebagai *Marketing and Communication*, berada di dalam departemen *Sales and Marketing*. Penulis bertugas untuk membantu kelancaran kegiatan promosi yang akan dilakukan oleh Bali National Golf Club. Dalam pelaksanaan praktek kerja magang ini, penulis banyak mempelajari hal-hal baru yang berhubungan dengan pariwisata khususnya mengenai olahraga golf. Terdapat tugas-tugas yang membuat penulis mendapat pengalaman baru seperti, berkomunikasi dengan customer dari berbagai negara, menjadi *event runner*, dan *menjalin komunikasi* dengan para media, *influencer* dan hotel sekitar. pada awalnya penulis sulit dalam beradaptasi dengan tugas-tugas yang diberikan, akan tetapi dengan bimbingan dari para pembimbing lapangan pada perusahaan Bali National Golf club, penulis dapat menyelesaikan tugas-tugas yang diberikan dengan baik. Penulis mendapatkan pemahaman dan pengalaman yang sangat berharga pada saat menjalankan kegiatan magang ini, seperti penerapan *time management*, pentingnya sebuah berkomunikasi, dan jangan pernah takut untuk mencoba sesuatu. Beberapa pengalaman dan pemahaman tersebut tentunya akan sangat berguna bagi penulis untuk kedepannya.

Kata Kunci : *Marketing and Communication*, Pariwisata, Golf, Bali National Golf Club

PERAN MARKETING COMMUNICATION DALAM KEGIATAN PROMOSI DI BALI NATIONAL GOLF CLUB

I Putu Gede Widiharta

ABSTRACT (English)

This internship report is the result of an internship program at PT. Bali Destinasi Lestari (Bali National Golf Club), which operates in the fields of golf and tourism. The author completed approximately 640 hours of internship, holding the position of Marketing and Communication. As a Marketing and Communication intern, the author was part of the Sales and Marketing department. The author's duties included assisting with the smooth execution of promotional activities conducted by Bali National Golf Club. During this internship, the author learned many new things related to tourism, particularly golf. The tasks provided new experiences such as communicating with customers from various countries, being an event runner, and maintaining communication with media, influencers, and nearby hotels. Initially, the author had difficulty adapting to the given tasks, but with guidance from the on-site supervisors at Bali National Golf Club, the author was able to complete the tasks effectively. The author gained valuable understanding and experience during this internship, such as the application of time management, the importance of communication, and the mantra of never being afraid to try something new. These experiences and insights will undoubtedly be very useful for the author in the future.

Keywords: *Marketing and Communication, Tourism, Golf, Bali National Golf Club*

Daftar Isi

HALAMAN PERSETUJUAN	2
HALAMAN PENGESAHAN	3
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	4
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	5
KATA PENGANTAR	6
ABSTRAK	8
ABSTRACT (English)	9
Daftar Isi	10
Daftar Tabel	12
Daftar Gambar	13
Daftar Lampiran	15
BAB I Pendahuluan	16
1.1 Latar Belakang	16
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang	20
1.2.1 Maksud Kerja Magang	20
1.2.2 Tujuan Kerja Magang	20
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	21
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	21
1.3.2 Prosedur Kerja Magang	21
BAB II Gambaran Umum Perusahaan	24
2.1 Deskripsi Perusahaan	24
2.2 Visi Misi Perusahaan	33
2.2.1 Visi Perusahaan	33
2.2.2 Misi Perusahaan	33
2.3 Struktur Organisasi Perusahaan	34
2.4 Kajian Teori	39

2.4.1 Definisi Marketing.....	39
2.4.2 Definisi Marketing Communication.....	40
2.4.3 Definisi Public Relations	40
BAB III Pelaksanaan Kerja Magang	41
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	41
3.1.1 Kedudukan	41
3.1.2 Koordinasi	41
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	42
3.2.1 Tugas yang dilakukan.....	42
Tabel 3.1 Daftar Tugas Rutin yang Dikerjakan Selama Magang	42
Tabel 3.2 Daftar Tugas Non-Rutin yang Dikerjakan Selama Magang	45
3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang.....	46
3.3 Kendala yang Ditemukan.....	66
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	67
BAB IV Simpulan dan Saran	69
4.1 Simpulan.....	69
4.2 Saran	70
Daftar Pustaka	72
Lampiran.....	74



Daftar Tabel

Tabel 3.1 Daftar Tugas Rutin yang Dikerjakan Selama Magang 38

Tabel 3.2 Daftar Tugas Non-Rutin yang Dikerjakan Selama Magang..... 41

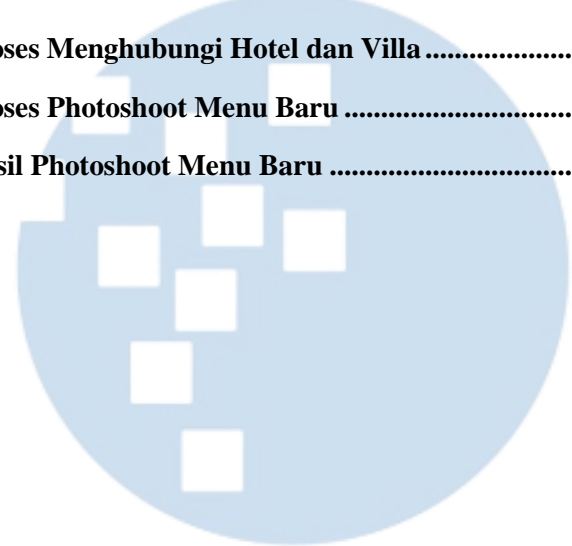


UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Daftar Gambar

Gambar 1.1 Kunjungan Wisatawan Domestik Indonesia.....	17
Gambar 1.2 Kunjungan Turis Asing Tahun 2023	17
Gambar 2.1 Logo Bali National Golf Club.....	24
Gambar 2.2 Lapangan Golf Bali National Golf Club.....	26
Gambar 2.3 ClubHouse Bali National Golf Club	27
Gambar 2.4 Pro Shop Bali National Golf Club.....	28
Gambar 2.5 Restaurant Bali National Golf Club.....	28
Gambar 2.6 Locker Room Bali National Golf Club	29
Gambar 2.7 Vip Meeting Room Bali National Golf Club	30
Gambar 2.8 Villa Golf Bali National Golf Club.....	30
Gambar 2.9 Practice Range Golf Bali National Golf Club	31
Gambar 2.10 Struktur Organisasi PT. Bali Destinasi Lestari.....	32
Gambar 3.1 Proses Koordinasi Magang Pada Bali National Golf Club.....	38
Gambar 3.2 Contoh Pemasangan Perlengkapan Acara Area Lobby	44
Gambar 3.3 Pemasangan Perlengkapan Acara Area Lapangan Golf	44
Gambar 3.4 Undian Hadiah Pada Acara Australian Day Golf Tournament.....	46
Gambar 3.5 Live Report Sesi Lunch PT. Kilang Pertamina Internasional	47
Gambar 3.6 Dokumentasi Acara Golf Untuk Live Report	47
Gambar 3.7 Dokumentasi Layout Acara Untuk Calon Klien	48
Gambar 3.8 Database Excel Tour Agent.....	50
Gambar 3.9 Proses Pendataan Harga.....	50
Gambar 3.10 Penulis Menanyakan Rate Card Influencer Golf.....	51
Gambar 3.11 Database Excel Influencers Golf	52
Gambar 3.12 Penulis Menanyakan Rate Card Food Blogger	53

Gambar 3.13 Database Excel Food Blogger	54
Gambar 3.14 Penulis Menanyakan Rate Card Media Online	55
Gambar 3.15 Database Excel Media Offline dan Online	56
Gambar 3.16 Proses memisahkan data hard copy	57
Gambar 3.17 Pendataan hotel dan villa.....	58
Gambar 3.18 Proses Menghubungi Hotel dan Villa	59
Gambar 3.19 Proses Photoshoot Menu Baru	60
Gambar 3.20 Hasil Photoshoot Menu Baru	60



Daftar Lampiran

Lampiran Lampiran A. Surat Pengantar MBKM 01.....	74
Lampiran B. Form MBKM 02 - Kartu MBKM.....	75
Lampiran C Form MBKM 03 - Daily Task MBKM	76
Lampiran D. Form MBKM 04 – Lembar Verifikasi Laporan MBKM.....	93
Lampiran E. Surat Penerimaan Magang	94
Lampiran F. Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin.....	96
Lampiran G. Form Bimbingan Magang.....	100
Lampiran H. Foto Kegiatan Magang.....	101

