

**PERAN MARKETING COMMUNICATION DALAM
MENGEMBANGKAN STRATEGI KOMUNIKASI KLIEN
PADA PT WAHANA WACANA KREATIF KOMUNIKA
(CREATIVE BOOST COMMUNICATION)**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Bagus Fatih Dzulfiqar

0000064101

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

**PERAN MARKETING COMMUNICATION DALAM
MENGEMBANGKAN STRATEGI KOMUNIKASI KLIEN
PADA PT WAHANA WACANA KREATIF KOMUNIKA
(CREATIVE BOOST COMMUNICATION)**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Bagus Fatih Dzulfiqar

00000061401

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

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Bagus Fatih Dzulfiqar

Nomor Induk Mahasiswa : 00000061401

Program studi : Manajemen

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

“PERAN MARKETING COMMUNICATION DALAM MENGEMBANGKAN STRATEGI KOMUNIKASI KLIEN PADA PT WAHANA WACANA KREATIF KOMUNIKA (CREATIVE BOOST COMMUNICATION)”

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, 20 Mei 2024



(Bagus Fatih Dzulfiqar)

U M M N
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan magang dengan judul
PERAN MARKETING COMMUNICATION DALAM MENGEMBANGKAN
STRATEGI KOMUNIKASI KLIEN PADA PT WAHANA WACANA
KREATIF KOMUNIKA (CREATIVE BOOST COMMUNICATION)

Oleh

Nama : Bagus Fatih Dzulfiqar
NIM : 00000061401
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Magang Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 20 Mei 2024

Pembimbing



Anna Riana Putriya, S.E., M.Si

0321107801

Ketua Program Studi Manajemen



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

0323047801

3

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul
“PERAN MARKETING COMMUNICATION DALAM MENGEMBANGKAN
STRATEGI KOMUNIKASI KLIEN PADA PT WAHANA WACANA
KREATIF KOMUNIKA (CREATIVE BOOST COMMUNICATION)”

Oleh

Nama : Bagus Fatih Dzulfiqar

NIM : 00000061401

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Senin, 10 Juni 2024

Pukul 11.45 s/d 12.20 dan dinyatakan

LULUS

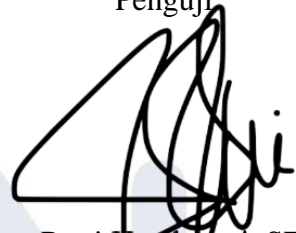
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing

Penguji



Anna Riana Putriya, S.E., M.si
0321107801



Nurina Putri Handayani, SE., MM
0325129002

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 : Bagus Fatih Dzulfiqar

NIM : 00000061401

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

JenisKarya : 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 MENGEMBANGKAN STRATEGI KOMUNIKASI KLIEN PADA PT WAHANA WACANA KREATIF KOMUNIKA (CREATIVE BOOST COMMUNICATION)”

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,



(Bagus Fatih Dzulfiqar)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan MBKM ini dengan judul: “PERAN MARKETING COMMUNICATION DALAM MENGEMBANGKAN STRATEGI KOMUNIKASI KLIEN PADA PT WAHANA WACANA KREATIF KOMUNIKA (CREATIVE BOOST COMMUNICATION)” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana 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. Tuhan yang Maha Esa yang sudah membantu menlancarkan proses magang ini.
2. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
3. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
4. Purnamaningsih, S.E., M.S.M., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
5. Nurina Putri Handayani, SE., MM., selaku Dosen Penguji
6. Anna Riana Putriya, S.E., M.Si, sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
7. Kepada PT Wahana Wacana Kreatif Komunika (Creative Boost Communication) yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk Magang dan meningkatkan skill selama bekerja.
8. Muhamad Reva Abrian Saputra, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.

9. Bapak Edwin Irvanus, Selaku CEO dari CBCOMM yang senantiasa membimbing dan memberikan arahan kepada penulis selama bekerja
10. Ibu Leila Safira dan Fauzan Azhar yang senantiasa membimbing penulis selama magang di CBCOMM
11. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini..

Semoga magang ini bisa menjadi langkah awal untuk berkarir di bidang marketing communication dan pengalaman serta pelajaran yang didapat dari proses magang bisa berguna untuk ke depannya.

Tangerang, 20 Mei 2024



(Bagus Fatih Dzulfiqar)

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERAN MARKETING COMMUNICATION DALAM MENGEMBANGKAN STRATEGI KOMUNIKASI KLIEN PADA PT WAHANA WACARA KREATIF KOMUNIKA (CREATIVE BOOST COMMUNICATION)

(Bagus Fatih Dzulfiqar)

ABSTRAK

Pemasaran merupakan salah satu aspek yang krusial bagi kelangsungan bisnis sebuah perusahaan, dimana kemampuan untuk memasarkan produk dengan efektif sangat menentukan keberhasilan dan pertumbuhan bisnis tersebut. Marketing communication atau komunikasi pemasaran adalah salah satu elemen penting dalam strategi pemasaran. PT Wahana Wacana Kreatif Komunika sebelumnya dikenal sebagai Creative Boost Communication (CBCOMM), telah menjadi salah satu pemain kunci dalam industri komunikasi di Indonesia. Pemilihan perusahaan ini didasarkan pada reputasinya sebagai pemain pada industri komunikasi. Praktik kerja magang di CBCOMM memberikan penulis kesempatan untuk memperoleh pengalaman langsung dalam event management, public relations, dan inovasi teknologi. Selama empat bulan magang di posisi *marketing communication*, penulis menghadapi beberapa kendala, antara lain adaptasi dari kehidupan perkuliahan ke lingkungan kerja, keterbatasan waktu dalam penyelesaian pekerjaan, dan kesulitan dalam mengundang serta mengonfirmasi kehadiran jurnalis. Untuk mengatasi kendala tersebut, penulis melakukan penyesuaian diri, memprioritaskan tugas berdasarkan urgensi, dan mengadopsi pendekatan follow-up yang lebih proaktif. Solusi ini memungkinkan penulis untuk menjalani masa magang dengan lebih efektif dan mengembangkan keterampilan profesional dalam industri komunikasi.

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran, Strategi Komunikasi, Industri Komunikasi

**THE ROLE OF MARKETING COMMUNICATION IN
DEVELOPING CLIENT COMMUNICATION STRATEGIES
AT PT WAHANA WACARA KREATIF KOMUNIKA
(CREATIVE BOOST COMMUNICATION)**

(Bagus Fatih Dzulfiqar)

ABSTRACT (English)

Marketing is one of the crucial aspects for a company's business continuity, where the ability to market products effectively determines the success and growth of the business. Marketing communication is one of the important elements in marketing strategy. PT Wahana Wacana Kreatif Komunika formerly known as Creative Boost Communication (CBCOMM), has become one of the key players in the communications industry in Indonesia. The selection of this company was based on its reputation as a player in the communications industry. The internship at CBCOMM gave the author the opportunity to gain hands-on experience in event management, public relations, and technological innovation. During the four-month internship in the marketing communication position, the author faced several obstacles, including adaptation from college life to the work environment, time constraints in completing work, and difficulties in inviting and confirming the presence of journalists. To overcome these obstacles, the author made adjustments, prioritized tasks based on urgency, and adopted a more proactive follow-up approach. These solutions allowed the author to go through the internship more effectively and develop professional skills in the communications industry.

Keywords: *Marketing Communication, Communication Strategy, Communication Industry*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	2
HALAMAN PENGESAHAN	4
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	5
KATA PENGANTAR	6
ABSTRAK	8
<i>ABSTRACT (English)</i>	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	19
1.2.1 Maksud Kerja Magang	19
1.2.2 Tujuan Kerja Magang	20
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	20
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Magang	20
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Magang	21
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	23
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	23
2.1.1 Visi Misi	26
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	27
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	29
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	30
3.1.1 Kedudukan	30

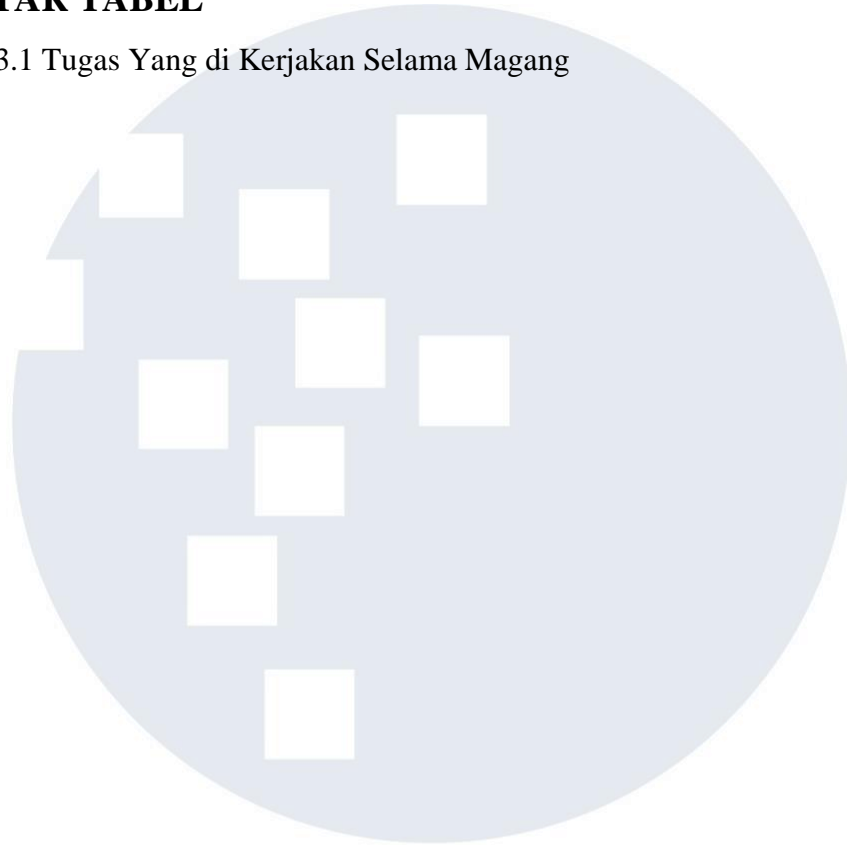
3.1.2 Koordinasi	31
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	32
3.2.1 Tugas	32
3.2.2 Uraian Kerja Magang	37
3.4 Kendala yang Ditemukan	74
3.5 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	75
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	76
4.1 Simpulan	76
4.2 Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	9
LAMPIRAN	80



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas Yang di Kerjakan Selama Magang

37



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia	17
Gambar 2.1 Logo Perusahaan	23
Gambar 2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	27
Gambar 3.1 Kedudukan Penulis di Perusahaan	31
Gambar 3.2 <i>Work Flow</i> Kerja di Perusahaan	37
Gambar 3.3 Proposal Contoh proposal <i>Marketing and Communication Strategy</i> British Council Study UK	41
Gambar 3.4 proposal <i>Marketing and Communication Strategy</i> Komix Obat Batuk	43
Gambar 3.5 Proposal <i>Social Activation</i> Izaki Dining & Bar	48
Gambar 3.6 <i>Message House</i> Trail of The Kings	50
Gambar 3.7 <i>Message House</i> Amaterasun	52
Gambar 3.8 <i>Press Release</i> Trail of The Kings	54
Gambar 3.9 <i>Press Release</i> Amaterasun	55
Gambar 3.10 <i>Potential QnA</i> HINT Dragon	58
Gambar 3.11 <i>Potential QnA</i> Entrasol Can	59
Gambar 3.12 <i>Follow Up</i> Jurnalis untuk event <i>Media Launching</i> Parfum HINT Dragon EDP	61
Gambar 3.13 <i>Follow Up</i> Jurnalis Peluncuran Financial Technology Media Toolkit	61
Gambar 3.14 <i>Follow Up</i> Jurnalis untuk Event Trail Of The Kings	62
Gambar 3.15 <i>Follow Up</i> Jurnalis untuk event Amaterasun	62
Gambar 3.16 Menjadi Dokumentasi Pada <i>Event Media Launching</i> parfum HINT Dragon EDP	63
Gambar 3.17 Menjadi Registrasi Media Pada <i>Event Press Conference</i> Trail	64
Gambar 3.18 Menjadi <i>Runner</i> Pada <i>Event Media Laaunching</i> ngaji.ai	64
Gambar 3.19 PES <i>Media Launching</i> ngaji.ai	66
Gambar 3.20 PES <i>Media Briefing</i> dan Buka Bersama Trail of The Kings	67
Gambar 3.21 Media Monitoring dan Clipping Amarthta Local Heroes	70

Gambar 3.22 Media Monitoring dan Clipping Press Release Morinaga Chil*GoPowder	70
Gambar 3.23 <i>Final Report</i> Trail of The Kings	72
Gambar 3.24 <i>Final Report</i> Launching parfum HINT Dragon EDP	72
Gambar 3.25 Surat Permohonan Kehadiran	73



DAFTAR LAMPIRAN

A. Surat Pengantar MBKM (MBKM 01)	80
B. Kartu MBKM (MBKM 02)	81
C. Daily Task MBKM (MBKM 03)	82
D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM (MBKM 04)	108
E. Lembar Penerimaan Magang LoA	109
F. Curriculum Vitae	110
G. Lembar Konsultasi Bimbingan	112
H. Lampiran Pengecekan Turnitin	113

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA