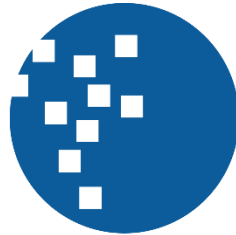


**AKTIVITAS *CORPORATE CAMPAIGN* DI
PUBLIC RELATIONS PT. GRAMEDIA ASRI MEDIA**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

Leonardus Dastine D Wawor

00000044301

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2023**

i

Aktivitas Corporate Campaign di Public Relations..., Leonardus Dastine D Wawor, Universitas
Multimedia Nusantara

**AKTIVITAS *CORPORATE CAMPAIGN* DI
PUBLIC RELATIONS PT. GRAMEDIA ASRI MEDIA**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I, Kom)

LEONARDUS DASTINE D WAWOR

00000044301

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2023

ii

Aktivitas Corporate Campaign di Public Relations..., Leonardus Dastine D Wawor, Universitas
Multimedia Nusantara

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Leonardus Dastine D Wawor

Nomor Induk Mahasiswa : 00000044301

Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

**AKTIVITAS *CORPORATE CAMPAIGN* DI *PUBLIC RELATIONS* PT.
GRAMEDIA ASRI MEDIA**

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 magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 10 Juni 2024



(Leonardus Dastine D Wawor)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul

**AKTIVITAS *CORPORATE CAMPAIGN* DI *PUBLIC RELATIONS* PT.
GRAMEDIA ASRI MEDIA**

Oleh

Nama : Leonardus Dastine D Wawor
NIM : 00000044301
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada Jumat, 21 Juni 2024

Pukul 15.00 s/d 16.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Drs. Asep Sutresna, M.A
NIDN 0307126303

Penguji



Dr. Indiwani Seto Wahyu Wibowo, M.Si.
NIDN 0307126303

Pembimbing



Drs. Asep Sutresna, M.A
NIDN 0307126303

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

iv

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Leonardus Dastine D Wawor

NIM : 00000044031

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

JenisKarya : Laporan Magang

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:

**AKTIVITAS *CORPORATE CAMPAIGN* DI *PUBLIC RELATIONS* PT.
GRAMEDIA ASRI MEDIA**

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, 10 Juni 2024

Yang menyatakan,



(Leonardus Dastine D Wawor)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat Tuhan Yang Maha Esa, selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul: “**AKTIVITAS CORPORATE CAMPAIGN DI PUBLIC RELATIONS PT. GRAMEDIA ASRI MEDIA**” yang dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi 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. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Drs. Asep Sutresna, M.A., sebagai pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan magang ini.
5. Bapak Bambang Nuryono, selaku General Manager di Corporate Secretary di Group of Retail & Publishing yang telah memberi kesempatan untuk melaksanakan proses kerja magang.
6. Bapak Rezza Patria Wibowo, selaku Manager Public Relations di Group of Retail & Publishing yang telah memberi kesempatan dan mendukung untuk melaksanakan proses kerja magang.
7. Kak Alchia Amanda Putri, Kak Gebrie Priagan, Kak Ayu Dinda dan Kak Rafly, selaku pembimbing sekaligus pendukung dari terlaksananya program kerja magang.

8. Mas Tri, Mas Gilang dan seluruh anggota divisi Digital Marketing yang telah membantu dan memberi dukungan dana serta ide dalam program kerja magang.
9. Bang Maruta, Bang Samuel dan Kak Betrice, selaku Legal di Group of Retail & Publishing yang telah membantu dan memotivasi proses kerja magang.
10. Shabiria Yumna, selaku peserta magang Public Relations di Group of Retail & Publishing yang telah menerima dan bekerja sama selama proses kerja magang.
11. Papa, Mama, dan Kakak yang selalu mendukung secara material dan motivasi sehingga dapat menyelesaikan laporan magang ini.

Semoga laporan magang ini dapat menjadi sumber pengetahuan dan motivasi kedepannya, bagi pembaca terutama para mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 10 Juni 2024



(Leonardus Dastine D Wawor)

AKTIVITAS CORPORATE CAMPAIGN DI PUBLIC RELATIONS PT. GRAMEDIA ASRI MEDIA

(Leonardus Dastine D Wawor)

ABSTRAK

Kampanye merupakan rangkaian kegiatan yang direncanakan dan dilaksanakan dengan tujuan tertentu atau dapat juga dikatakan sebagai serangkaian aktivitas komunikasi yang terstruktur dengan tujuan menciptakan dampak tertentu pada target secara berkelanjutan dalam jangka waktu tertentu. Terdapat peluang besar dari profesi *campaign specialist*. Karena kampanye dan perusahaan merupakan kesatuan yang tidak dapat dipisahkan. Perusahaan membutuhkan kampanye untuk mengkomunikasikan pesan secara massal, kepada para audiensnya. Pada PT. Gramedia Asri Media juga terdapat *corporate campaign specialist*. Profesi ini berada dalam ranah divisi *public relations* PT. Gramedia Asri Media. *Corporate campaign specialist* dapat membantu perusahaan dalam mempromosikan suatu gagasan, produk, layanan, atau tujuan tertentu kepada khalayak yang dituju. Pada proses kerja magang, kampanye ini menggunakan media sosial resmi dari PT. Gramedia Asri Media. Media sosial yang digunakan adalah Instagram @gramedia, Youtube @Gramediaideas dan TikTok @Gramedia. Perancangan konten dan strategi memerlukan analisis tren, untuk memahami kebutuhan dari para audiens. Kampanye ini sendiri menargetkan generasi milenial dan z dalam menjadi target audiens. Dalam mengatur dan mengkomunikasikan pesan kampanye, *corporate campaign specialist* melakukan beberapa tahap, yang diantaranya adalah *research, planning brief, content planning, script writing & storyboard, budgeting, pitching, reading & fitting, shooting, editing, upload* dan *campaign evaluation*.

Kata kunci: Kampanye, Konten, Komunikasi

THE ACTIVITIES OF A CORPORATE CAMPAIGN ON PUBLIC RELATIONS PT. GRAMEDIA ASRI MEDIA

(Leonardus Dastine D Wawor)

ABSTRACT

A campaign is a series of planned activities executed with a specific purpose. It can also be described as a structured set of communication activities aimed creating a certain impact on the target audience over a specified period. The profession of a campaign specialist offers significant opportunities. Campaigns and companies are inseparable entities. Companies need campaign to communicate messages to their audiences on a mass scale. At PT. Gramedia Asri Media, there are also campaign specialist, referred to corporate campaign specialist. This profession falls under public relations division of PT. Gramedia Asri Media. A corporate campaign specialist helps the company to promote an idea, product service, or specific goal to the intended audience. During the internship process, these campaigns utilize PT. Gramedia Asri official social media accounts. The social media platforms used include Instagram (@gramedia), Youtube (@Gamediaideas), TikTok (@Gramedia). Content ciration and strategy design require trend analysis to understand the needs of the audience. These campaign target millennials and Generation Z as their audience. In managing and communicating the campaign messages, corporate campaign specialist follow several stages, including research, planning brief, content planning, script writing & story board creation, budgeting, pitching, reading & fitting, shooting, editing, uploading, and campaign evaluation.

Keywords: *Campaign, Content, Communication*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....	3
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	4
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	5
2.1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	5
2.1.1. Visi Misi.....	6
2.2. Struktur Organisasi PT. Gramedia Asri Media	6
2.3. Struktur Direktorat <i>Corporate Support</i> PT. Gramedia Asri Media.....	7
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	9
3.1. Kedudukan dan Koordinasi	9
3.2. Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	10
3.2.1. Tugas Kerja Magang.....	10
3.2.2. Uraian Kerja Magang.....	15
3.3. Kendala yang Ditemukan	28
3.4. Solusi atas Kendala yang Ditemukan	28
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN.....	30
4.1. Simpulan.....	30
4.2. Saran.....	31

4.2.2	Saran untuk Universitas	31
4.2.3	Saran untuk Mahasiswa yang akan magang	32
DAFTAR PUSTAKA		33
LAMPIRAN.....		34



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas Utama <i>Corporate Campaign Specialist</i>	11
Tabel 3.2 Aktivitas Kerja Magang <i>Corporate Campaign Specialist</i>	12
Tabel 3.3 Konten Kampanye Media Sosial Youtube.....	14
Tabel 3.4 Konten Kampanye Media Sosial Instagram.....	14
Tabel 3.5 Konten Kampanye Media Sosial TikTok.....	15
Tabel 3.6 Tabel Anggaran Kampanye	20



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tim Pembuatan <i>Video Campaign</i> Mang Ajie	2
Gambar 2.1 Sturktur Organisasi Group of Retail & Publishing	7
Gambar 2.2 Sturktur Direktorat Corporate Support.....	7
Gambar 3.1 Kedudukan Organisasi Departement of Retail & Publishing.....	9
Gambar 3.2 Alur Kerja <i>Corporate Campaign Specialist</i> PT. Gramedia Asri Media	13
Gambar 3.3 Pitching Kampanye Bersama Divisi PR	22
Gambar 3.3 Pitching Kampanye Bersama Divisi Digital Marketing.....	23
Gambar 3.4 <i>Fitting Talent</i> Mang Ajie	24
Gambar 3.5 Persiapan Properti <i>Shooting</i>	25
Gambar 3.5 Proses <i>Shooting Video Campaign</i>	26

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Pengantar MBKM 01.....	34
Lampiran B Kartu MBKM 02	35
Lampiran C Daily Task MBKM 03.....	36
Lampiran D Lembar Verifikasi Laporan MBKM 04	51
Lampiran E Hasil Pengecekan Turnitin	52
Lampiran F Curriculum Vitae	54
Lampiran G Bukti Unggahan Konten Instagram.....	55
Lampiran H Bukti Unggahan Konten Youtube.....	56
Lampiran I Bukti Unggahan Konten TikTok	57