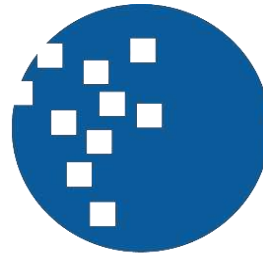


**PERAN *MARKETING COMMUNICATIONS INTERN* DALAM  
MENINGKATKAN *AWARENESS* DI PT. VIVERE MULTI  
KREASI**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN MAGANG**

**FRANSISCUS XAVERIUS KRISNA DWI ATMOJO  
0000053380**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2024**

**PERAN *MARKETING COMMUNICATIONS INTERN* DALAM  
MENINGKATKAN *AWARENESS* DI PT. *VIVERE MULTI***

**KREASI**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN MAGANG**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

**FRANSISCUS XAVERIUS KRISNA DWI ATMOJO**

**00000053380**

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

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Fransiscus Xaverius Krisna Dwi Atmojo

Nomor Induk Mahasiswa 00000053380

Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

**PERAN *MARKETING COMMUNICATIONS INTERN* DALAM  
MENINGKATKAN *AWARENESS* DI PT. VIVERE MULTI KREASI**

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, 6 Juni 2024



(Fransiscus Xaverius Krisna Dwi Atmojo)

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul  
**PERAN *MARKETING COMMUNICATIONS INTERN* DALAM  
MENINGKATKAN *AWARENESS* DI PT. VIVERE MULTI KREASI**

Oleh  
Nama : Fransiscus Xaverius Krisna Dwi Atmojo  
NIM : 00000053380  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Jumat, 6 Juni 2024  
Pukul 16.00 s/d 17.00 dan dinyatakan  
**LULUS**  
Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

Ketua Sidang



Charlie Tiokrodinata, S.Kom., M.Sc.  
NIDN 0324098002

Penguji



Theresia LV Lolita, S.I.Kom., M.I.Kom.  
NIDN 0327019001

Pembimbing



Charlie Tiokrodinata, S.Kom., M.Sc.  
NIDN 0324098002

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.  
NIDN 0304078404

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

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

Nama : Fransiscus Xaverius Krisna Dwi Atmojo

NIM : 00000053380

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya Ilmiah : 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:

**PERAN *MARKETING COMMUNICATIONS INTERN* DALAM  
MENINGKATKAN *AWARENESS* DI PT. VIVERE MULTI KREASI**

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, 30 Mei 2024



(Fransiscus Xaverius Krisna Dwi Atmojo)

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul: **“PERAN *MARKETING COMMUNICATIONS INTERN* DALAM MENINGKATKAN *AWARENESS* DI PT. VIVERE MULTI KREASI”** dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana 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. Dr. Ninok Leksono, M.A, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Andrey Andoko, M.Sc, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Charlie Tjokrodinata, S.Kom., M.Sc., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya laporan Magang ini.
5. PT VIVERE Multi Kreasi dan VIVERE Group, selaku perusahaan tempat pemegang melaksanakan kerja magang.
6. Sujiwo Santoso dan Gabriella Larasati, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan dan arahan atas terselesainya tugas akhir ini.
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga pemegang dapat menyelesaikan laporan Magang ini.

8. Jenny, Cindy, Ale, Vanesya, Vannesa, Emil, Ana, Anita, Janice, Ivan, Kenneth, sebagai teman seperjuangan menjalankan magang bersama di unit bisnis VIVERE Group.

Semoga laporan magang ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi ke depannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 30 Mei 2024



(Fransiscus Xaverius Krisna Dwi Atmojo)

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# **PERAN *MARKETING COMMUNICATIONS INTERN* DALAM MENINGKATKAN *AWARENESS* DI PT. VIVERE MULTI**

## **KREASI**

Fransiscus Xaverius Krisna Dwi Atmojo

## **ABSTRAK**

PT Vivere Multi Kreasi (VMK) merupakan salah satu unit bisnis dalam naungan VIVERE Group yang terus berkembang menyediakan berbagai produk dengan desain menarik, salah satu brand nya adalah IDEMU by VIVERE yang bergerak dibidang *customized furniture* di Indonesia. Jumlah populasi yang semakin meningkat dan besarnya permintaan akan kebutuhan perabotan rumah tangga menjadikan industri furnitur salah satu sektor industri yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan, hal itu menjadi landasan IDEMU by VIVERE terus meningkatkan penjualan guna memenuhi kebutuhan masyarakat. Dengan usia yang tergolong muda, IDEMU membutuhkan *brand awareness* untuk meningkatkan penjualan. *Brand awareness* merupakan kekuatan merek untuk meninggalkan jejak dalam ingatan, yang mampu diukur sebagai kemampuan pelanggan untuk mengidentifikasinya dalam kondisi yang berbeda (Tambrin, 2010), ada pun strategi pemasaran yang digunakan IDEMU yaitu *event management* dan *sales promotion*. Pemegang tertarik bergabung dengan IDEMU karena melihat usia *brand* yang relatif muda, sehingga membuka kemungkinan adanya hal-hal baru yang dapat dieksplorasi lebih jauh lagi. Kurangnya pengetahuan mengenai *marketing collaterals* menjadi salah satu kendala awal pemegang menjalankan pekerjaannya. Untuk mengatasi kekurangan tersebut, pemegang mencatat segala pekerjaan yang diberikan agar lebih terorganisir.

**Kata kunci:** *Marketing Communications, Event Management, Sales Promotion, Brand Awareness, Marketing Collaterals*



# **THE ROLE OF MARKETING COMMUNICATIONS INTERN IN INCREASING AWARENESS IN PT. VIVERE MULTI KREASI**

Fransiscus Xaverius Krisna Dwi Atmojo

## **ABSTRACT**

*PT Vivere Multi Kreasi (VMK) is one of the business units under VIVERE Group that continues to grow to provide various products with attractive designs, one of its brands is IDEMU by VIVERE which engages in customized furniture in Indonesia. The increasing population and the large demand for household furniture needs make the furniture industry one of the industrial sectors that has great potential to be developed, it is the basis for IDEMU by VIVERE to continue to increase sales to meet consumers' needs. With a relatively young age, IDEMU needs brand awareness to increase sales. Brand awareness is the power of brands to leave an imprint in memory, which can be measured by the ability of customers to identify them under different conditions (Tambrin, 2010), there are also marketing strategies used by IDEMU, namely event management and sales promotion. The intern was interested in joining IDEMU because he sees the brand's relatively young age, which opens up the possibility of new things to be explored further. Lack of knowledge about marketing collaterals is one of the initial obstacles for the intern to carry out his work. To overcome this challenge, the intern took notes on all the work given to be more organized.*

**Keywords:** *Marketing Communications, Event Management, Sales Promotion, Brand Awareness, Marketing Collateral*

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK .....	viii
ABSTRACT .....	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 .....	4
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang .....	5
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....	7
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	7
2.2 VISI & MISI.....	9
2.3 Struktur Organisasi Perusahaan .....	10
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG .....	14
3.1 Kedudukan dan Koordinasi .....	14
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	16
3.2.1 Tugas Kerja Magang .....	16
3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang .....	18
3.2.2.1 Event Management .....	18
3.2.2.2 Sales Promotion.....	31
3.2.2.3 Copywriting .....	38
3.2.2.4 Tugas Tambahan.....	39
3.2.3 Kendala yang ditemukan.....	39
3.2.4 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan.....	40

<b>BAB IV SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>41</b>
<b>4.1 Simpulan.....</b>	<b>41</b>
<b>4.2 Saran.....</b>	<b>42</b>
<b>4.2.1 Saran untuk perusahaan .....</b>	<b>42</b>
<b>4.2.2 Saran untuk Universitas .....</b>	<b>42</b>
<b>4.2.3 Saran untuk Mahasiswa yang akan magang.....</b>	<b>43</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>xv</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>xvii</b>

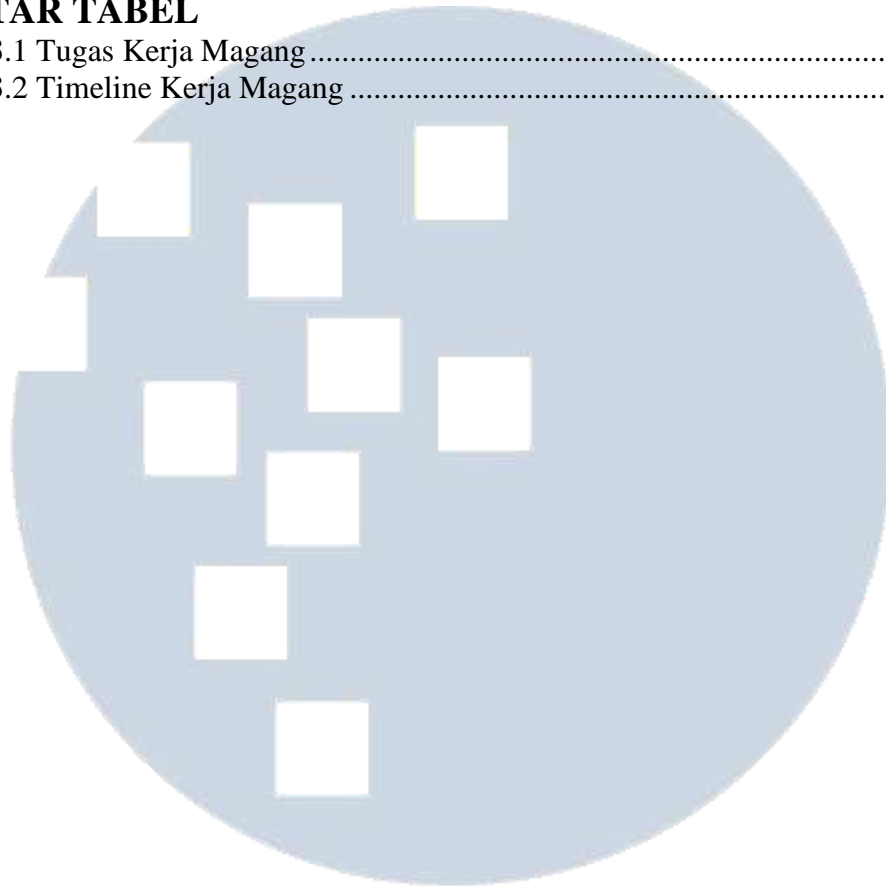


**UMN**

**UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA**

**DAFTAR TABEL**

Tabel 3.1 Tugas Kerja Magang ..... 16  
Tabel 3.2 Timeline Kerja Magang ..... 17



**UMMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Logo IDEMU by VIVERE.....	8
Gambar 2.3 Struktur organisasi marketing PT VIVERE Multi Kreasi.....	10
Gambar 3.1 Alur kerja <i>marketing communications</i> IDEMU by VIVERE .....	14
Gambar 3.2 Koordinasi dan survey lokasi pameran .....	19
Gambar 3.3 Koordinasi tim marcomm dan brief graphics design .....	20
Gambar 3.4 Pemesanan <i>marketing collateral</i> ke vendor percetakan .....	21
Gambar 3.5 Koordinasi dengan sales dan vendor percetakan.....	22
Gambar 3.6 Pameran Lippo Mall Kemang .....	23
Gambar 3.7 Pameran Summarecon Kelapa Gading.....	24
Gambar 3.8 Pameran Depo Bangunan .....	25
Gambar 3.9 Event KOL Gathering Ramadan .....	26
Gambar 3.10 Pameran Sampoerna Strategic.....	27
Gambar 3.11 Pameran Mall Central Park .....	28
Gambar 3.12 Pameran AEON Mall BSD.....	29
Gambar 3.13 Event kolaborasi IDEMU x YoungLiving .....	30
Gambar 3.14 Point of purchase acrylic IDEMU by VIVERE .....	31
Gambar 3.15 Tripod banner IDEMU by VIVERE .....	32
Gambar 3.16 Hanging banner IDEMU by VIVERE.....	33
Gambar 3.17 Tent card IDEMU by VIVERE .....	33
Gambar 3.18 Price tag IDEMU by VIVERE .....	34
Gambar 3.19 Concept roomboard IDEMU by VIVERE .....	35
Gambar 3.20 Flyer produk IDEMU by VIVERE .....	35
Gambar 3.21 Voucher IDEMU by VIVERE .....	36
Gambar 3.22 Kupon free gift IDEMU by VIVERE.....	36
Gambar 3.23 Stiker partisi IDEMU by VIVERE.....	37
Gambar 3.24 Souvenir gimmick <i>booking fee</i> /pembelian produk.....	38
Gambar 3.25 Wordingan <i>copywriting stories</i> media sosial dan <i>lightbox</i> .....	40

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat pengantar MBKM-01 .....	xvii
Lampiran B Kartu MBKM-02 .....	xviii
Lampiran C Daily task MBKM-03 .....	xix
Lampiran D Surat verifikasi laporan .....	xl
Lampiran E Surat Keterangan Magang .....	xlvi
Lampiran F Pengecekan hasil Turnitin .....	xlvii
Lampiran G Formulir konsultasi Magang .....	xlviii
Lampiran H Curriculum Vitae (CV) pemegang .....	xlix



# UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA