

***AKTIVITAS MARKETING COMMUNICATION***

**PT PENERBIT ERLANGGA**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN MAGANG**

**ANGGELYTA NATHALYA**

**0000054135**

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

**AKTIVITAS *MARKETING COMMUNICATION***

**PT PENERBIT ERLANGGA**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**LAPORAN MAGANG**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

**ANGGELYTA NATHALYA**

**0000054135**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Anggelyta Nathalya

Nomor Induk Mahasiswa : 00000054135

Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

### **AKTIVITAS *MARKETING COMMUNICATION* PT PENERBIT ERLANGGA**

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, 7 Juni 2024



(Anggelyta Nathalya)

U M M N  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul:

### **AKTIVITAS *MARKETING COMMUNICATION* PT PENERBIT ERLANGGA**

Oleh

Nama : Anggelyta Nathalya  
NIM : 00000054135  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 24 Juni 2024

Pukul 13.00 s.d 14.00 dan dinyatakan

**LULUS**

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji



Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si

NIDN 0304078404



Ariel Barlian Obadyah, S.Sos., M.I.Kom

NIDN 0328058106

Pembimbing



Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si

NIDN 0304078404

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., 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 : Anggelyta Nathalya

NIM : 00000054135

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jenis Karya : 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 *MARKETING COMMUNICATION* PT PENERBIT ERLANGGA**

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, 7 Juni 2024

Yang menyatakan,



(Anggelyta Nathalya)

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan Rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul: “**AKTIVITAS *MARKETING COMMUNICATION* PT PENERBIT ERLANGGA**” 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 Ir. Andrey Andoko, M.Sc., Ph D. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si. sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Kepada keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan magang ini.
6. Kepada PT Penerbit Erlangga yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk mengikuti proses kegiatan magang.
7. Kepada Atika Permata selaku Pembimbing Lapangan dan Irving William selaku Manager Marketing Nasional yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi kepada saya saat kegiatan magang berlangsung.
8. Kepada seluruh rekan kerja Marketing Nasional PT Penerbit Erlangga yang telah membantu dan memandu saya selama proses kegiatan magang.

9. Andrew Putra Sulan sebagai kekasih yang selalu memberikan dukungan dengan tulus serta memberikan masukan selama proses kegiatan magang dan pembuatan laporan magang.

Semoga laporan magang ini dapat berguna dan bermanfaat untuk menjadi sebuah pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi ke depannya bagi para pembaca, khususnya bagi mahasiswa/i Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 7 Juni 2024



(Anggelyta Nathalya)

UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# **AKTIVITAS *MARKETING COMMUNICATION***

## **PT PENERBIT ERLANGGA**

Anggelyta Nathalya

### **ABSTRAK**

Di tengah gemparan pesatnya kemajuan teknologi dan internet, PT Penerbit Erlangga merupakan salah satu perusahaan penerbitan di Indonesia yang mampu untuk bertahan, berkembang, dan beradaptasi. Posisi penulis dalam kegiatan magang adalah Marketing Communication dengan Departemen Marketing Nasional. Aktivitas Marketing Communication pada PT Penerbit Erlangga yang dijalankan oleh penulis yaitu *content writing*, *copywriting*, dan audit *catalog* dan *e-catalog*. Tidak hanya itu, penulis juga turut ambil bagian dalam tugas-tugas lain seperti menjadi *talent* untuk *photoshoot*, *voice over*, dan berbagai konten video. Tujuan dari kegiatan magang ini yaitu untuk mendapatkan pengalaman dan wawasan secara langsung serta menerapkan dan mengimplementasikan konsep tentang *marketing communication* pada PT Penerbit Erlangga. PT Penerbit Erlangga merupakan perusahaan penerbit buku pendidikan terbesar di Indonesia yang memiliki banyak produk serta cabang perusahaan, sehingga pemilihan perusahaan sebagai tempat untuk melakukan kegiatan magang ini akan mampu untuk memberikan pengalaman dan pembelajaran dengan cakupan yang lebih luas. Kendala selama kegiatan magang adalah pembagian tugas yang kurangimbang serta kesulitan dalam mencari ide atau referensi dalam proses mengerjakan berbagai penugasan. Selama kegiatan magang berlangsung, penulis menyadari bahwa riset yang lebih mendalam serta komunikasi yang baik sangatlah dibutuhkan guna mencapai tujuan serta harapan yang diinginkan.

**Kata kunci:** *Marketing Communication*, Penerbit Erlangga, Penerbitan

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



# MARKETING COMMUNICATION ACTIVITY OF PT PENERBIT ERLANGGA

Anggelyta Nathalya

## **ABSTRACT**

*Amid the rapid advances in technology and the internet, PT Penerbit Erlangga is one of the publishing companies in Indonesia that can survive, develop, and adapt. The author's position in the internship activity is Marketing Communication with the Marketing Nasional Department. Marketing Communication activities at PT Penerbit Erlangga carried out by the author are content writing, copywriting, and catalog and e-catalog audits. Not only that, the author also takes part in other tasks such as being a talent for photoshoots, voiceovers, and various video content. This internship activity aims to gain direct experience and insight as well as apply and implement the concept of marketing communication at PT Penerbit Erlangga. PT Penerbit Erlangga is the largest educational book publishing company in Indonesia which has many products and company branches, so choosing a company as a place to carry out internship activities will be able to provide experience and learning with a wider scope. Obstacles during internship activities are the unbalanced distribution of tasks and difficulties in finding ideas or references in the process of carrying out various assignments. During the internship, the author realized that more in-depth research and good communication were needed to achieve the desired goals and expectations.*

**Keywords:** *Marketing Communication, Penerbit Erlangga, Publishing*

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....</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 TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang.....	8
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	9
1.3.1. Waktu Pelaksanaan Kerja Magang.....	9
1.3.2. Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	9
<b>BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....</b>	<b>13</b>
2.1. Tentang Penerbit Erlangga.....	13
2.2. Visi dan Misi Penerbit Erlangga.....	16
2.3. Company Culture Penerbit Erlangga.....	17
2.4. Struktur Organisasi Penerbit Erlangga.....	18
<b>BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....</b>	<b>20</b>
3.1. Kedudukan dalam Kerja Magang.....	20
3.2. Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang.....	20
3.2.1. Tugas Kerja Magang.....	21
3.2.2. Uraian Pelaksanaan Kerja Magang.....	22
3.3. Kendala Utama.....	57
3.4. Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	57
<b>BAB IV SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>59</b>
4.1. Simpulan.....	59
4.2. Saran.....	62
4.2.1. Saran untuk Perusahaan.....	62
4.2.2. Saran untuk Universitas.....	62
4.2.3. Saran untuk Mahasiswa.....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>64</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>66</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Tugas Utama Penulis Sebagai <i>Marketing Communication</i> .....	21
Tabel 3.2. Contoh Hasil Video Sebagai <i>Talent Voice Over</i> .....	46
Tabel 3.3. Contoh Hasil Video Sebagai <i>Talent Content Creator</i> .....	50



UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Jumlah Penggunaan Internet di Indonesia.....	1
Gambar 1.2. Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia.....	2
Gambar 1.3. Aplikasi Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan.....	3
Gambar 2.1. Logo Penerbit Erlangga.....	13
Gambar 2.2. Peta Distribusi Penerbit Erlangga.....	14
Gambar 2.3. Logo Erlangga for Kids, Eureka, GAP Print, Esensi, Emir, dan Erlangga Online.....	14
Gambar 2.4. Penerbit Erlangga Raih Top Brand Gen-Z 2021.....	15
Gambar 2.5. Struktur Divisi Marketing Nasional Penerbit Erlangga.....	18
Gambar 2.6. Struktur Divisi Marketing Nasional dan Posisi Penulis.....	19
Gambar 3.1. <i>Timeline</i> Tugas Utama Sebagai <i>Marketing Communication</i> .....	21
Gambar 3.2. Alur Kerja Sebagai <i>Content Writer</i> .....	23
Gambar 3.3. <i>Timeline</i> Tugas Utama <i>Content Writer</i> .....	23
Gambar 3.4. <i>Screenshot</i> Pemberian Tugas Membuat <i>Script</i> Konten.....	24
Gambar 3.5. Contoh Hasil Kerja Penulis Sebagai <i>Content Writer</i> .....	28
Gambar 3.6. <i>Screenshot</i> Pengiriman Tugas <i>Script</i> Konten.....	29
Gambar 3.7. <i>Screenshot</i> Penyampaian Revisi <i>Script</i> Konten.....	30
Gambar 3.8. Alur Kerja Sebagai <i>Copywriter</i> .....	31
Gambar 3.9. <i>Timeline</i> Tugas Utama <i>Copywriter</i> .....	32
Gambar 3.10. <i>Screenshot</i> Pemberian Tugas Membuat <i>Caption</i> .....	32
Gambar 3.11. Contoh Hasil Kerja Penulis Sebagai <i>Copywriting</i> .....	35
Gambar 3.12. <i>Screenshot</i> Pemberian Tugas <i>Caption</i> Konten.....	35
Gambar 3.13. <i>Timeline</i> Tugas Utama Audit <i>Catalog</i> dan <i>E-Catalog</i> .....	36
Gambar 3.14. <i>Screenshot</i> Pemberian Tugas Audit <i>E-Catalog</i> .....	37
Gambar 3.15. Gambaran <i>Hardcopy</i> dari <i>Catalog</i> .....	38
Gambar 3.16. <i>Screenshot</i> Pengiriman Catatan Hasil Audit <i>E-Catalog</i> .....	39

Gambar 3.17. Contoh Hasil Foto Sebagai Talent untuk <i>Photoshoot</i> .....	43
Gambar 3.18. <i>Screenshot</i> Pengiriman Tugas <i>Voice Over</i> .....	45
Gambar 3.19. Dokumentasi Ketika Membuat Konten Menggunakan Alat-Alat Profesional.....	48
Gambar 3.20. <i>Screenshot</i> Pengiriman Tugas Konten Format Video.....	49
Gambar 3.21. <i>Screenshot</i> Pemberian Tugas Membuat Konten Trivia.....	51
Gambar 3.22. <i>Screenshot</i> Penyerahan Tugas Konten Trivia.....	52
Gambar 3.23. Contoh Hasil Pembuatan Konten Trivia.....	53
Gambar 3.24. Contoh Hasil Tugas Memasukkan Nama Peserta ke Sertifikat.....	55
Gambar 3.25. <i>Screenshot</i> Pengiriman List Rekomendasi Tempat.....	56

UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A – Cover Letter MBKM (MBKM 01).....	66
Lampiran B – Surat Pengantar Kerja Magang (MBKM 02).....	67
Lampiran C – Kehadiran Kerja Magang/ <i>Daily Task</i> (MBKM 3).....	68
Lampiran D – Verifikasi Laporan Magang (MBKM 4).....	83
Lampiran E – Kartu Kerja Magang (MBKM 5).....	84
Lampiran F – Surat Penerimaan MBKM (LoA).....	85
Lampiran G – Pengecekan Hasil Turnitin.....	86

UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA