

**AKTIVITAS PERENCANAAN KOMUNIKASI STRATEGIS  
BERUPA *EVENT* DI BIRO HUMAS KEMENTERIAN  
PERINDUSTRIAN**



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

**AKTIVITAS PERENCANAAN KOMUNIKASI STRATEGIS  
BERUPA *EVENT* DI BIRO HUMAS KEMENTERIAN  
PERINDUSTRIAN**



**LAPORAN MAGANG**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

**Evelyn Chanry**

**0000055572**

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

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Evelyn Chanry

Nomor Induk Mahasiswa : 00000055572

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

AKTIVITAS PERENCANAAN KOMUNIKASI STRATEGIS BERUPA *EVENT*  
DI BIRO HUMAS KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN

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



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Evelyn Chanry', is written over the banknote.

Evelyn Chanry

**PERSETUJUAN LAPORAN KERJA MAGANG**  
AKTIVITAS PERENCANAAN KOMUNIKASI STRATEGIS BERUPA *EVENT*  
DI BIRO HUMAS KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN

Oleh

Nama : Evelyn Chanry  
NIM : 00000055572  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi



**Dr. Arsa Widitiarsa Utoyo, S.T., M.Sn.**

NIDN 0313068201

**UMMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



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

NIDN 0304078404

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul

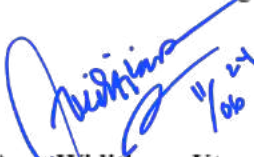
AKTIVITAS PERENCANAAN KOMUNIKASI STRATEGIS BERUPA *EVENT*  
DI BIRO HUMAS KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN

Oleh


Nama : Evelyn Chanry  
NIM : 00000055572  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 6 Juni 2024  
Pukul 11.00 s/d 12.00 dan dinyatakan  
LULUS  
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing

  
**Dr. Arsa Widitiarsa Utoyo, S.T., M.Sn.**  
NIDN 0313068201

Penguji

  
**Drs. Asep Sutresna, M.A.**  
NIDN 0307126303

**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Ketua 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 : Evelyn Chanry

NIM : 00000055572

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 PERENCANAAN KOMUNIKASI STRATEGIS BERUPA *EVENT* DI BIRO HUMAS KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN**

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, 13 Mei 2024

Yang menyatakan,

  
Evelyn Chanry

## KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur dan puji kepada Tuhan Yang Maha Esa, penulis berhasil menyelesaikan masa magang di Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. Penulis pun dapat menyusun laporan magang dengan judul "AKTIVITAS PERENCANAAN KOMUNIKASI STRATEGIS BERUPA *EVENT* DI BIRO HUMAS KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN". Penyusunan laporan magang ini merupakan salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Strata 1 Jurusan Komunikasi Strategis di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Laporan ini disusun berdasarkan pengalaman dan pengetahuan yang penulis peroleh selama lima bulan praktik kerja magang di Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, baik selama masa perkuliahan maupun dalam penyusunan laporan ini, penulis tidak akan mampu menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ir. Andrey Andoko, M. Sc., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Dr. Arsa Widitiarsa Utoyo, S.T., M.Sn., sebagai Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan serta arahan selama praktik kerja magang dan penyusunan laporan ini.
5. Drs. Asep Sutresna, M.A., selaku Dosen Penguji yang telah memberikan masukan dan perbaikan atas laporan yang penulis buat.
6. Bapak Hari Ramadhan sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan selama proses kerja magang.

7. Biro Humas Kementerian Perindustrian Republik Indonesia yang telah memberikan kesempatan pada penulis untuk melaksanakan praktik kerja magang.
8. Keluarga dan teman-teman penulis yang memberikan dukungan, masukan, serta doa kepada penulis dari dimulainya pelaksanaan praktik kerja magang hingga selesai.
9. Semua pihak yang secara tidak langsung membantu penulis selama melaksanakan praktik kerja magang hingga penulisan laporan magang yang tidak bisa penulis sebut satu-satu.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan laporan ini di masa depan. Penulis berharap laporan magang ini tidak hanya bermanfaat sebagai syarat kelulusan, namun juga dapat digunakan dan bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkaitan.

Tangerang, 13 Mei 2024



  
Evelyn Chanry



# AKTIVITAS PERENCANAAN KOMUNIKASI STRATEGIS BERUPA *EVENT* DI BIRO HUMAS KEMENTERIAN PERINDUSTRIAN

Evelyn Chanry

## ABSTRAK

Laporan magang ini membahas aktivitas *Strategic Communications Planning* yang dilakukan di Biro Hubungan Masyarakat Kementerian Perindustrian Republik Indonesia dengan fokus pada penyusunan perencanaan komunikasi strategis untuk mendukung visi Indonesia Emas 2045. Tugas utama magang ini adalah menyusun strategi komunikasi untuk sebuah festival bernama Industrial Festival, yang ditujukan kepada generasi Z sebagai target khalayak. Tugas yang dilaksanakan melibatkan penelitian pasar dan analisis tren komunikasi untuk memahami preferensi dan kebutuhan target khalayak. Hasil dari magang ini adalah penyusunan perencanaan komunikasi strategis yang komprehensif untuk Industrial Festival, yang mencakup rencana publikasi, penentuan pesan, dan kegiatan-kegiatan utama. Evaluasi keberhasilan festival didasarkan pada sejumlah *Key Performance Indicators* (KPIs), termasuk tingkat partisipasi, jumlah konten yang dibagikan di media sosial, dan dampak positif yang dihasilkan dalam meningkatkan kesadaran akan industri nasional. Kontribusi yang diberikan oleh penulis meliputi penyusunan konsep, perencanaan acara, serta strategi pemasaran konten. Festival ini diharapkan dapat menjadi platform efektif untuk menginspirasi dan melibatkan generasi Z dalam masa depan industri Indonesia. Kesimpulan dari magang ini menyoroti pentingnya komunikasi strategis dalam mencapai tujuan pembangunan nasional dan menekankan perlunya terus berinovasi dalam menjangkau khalayak yang semakin beragam.

**Kata kunci:** *event, Kementerian Perindustrian, generasi Z*

***EVENT PLANNING IN THE MINISTRY OF INDUSTRY'S  
PUBLIC RELATION BUREAU AS STRATEGIC  
COMMUNICATIONS PLANNING ACTIVITIES***

Evelyn Chanry

***ABSTRACT (English)***

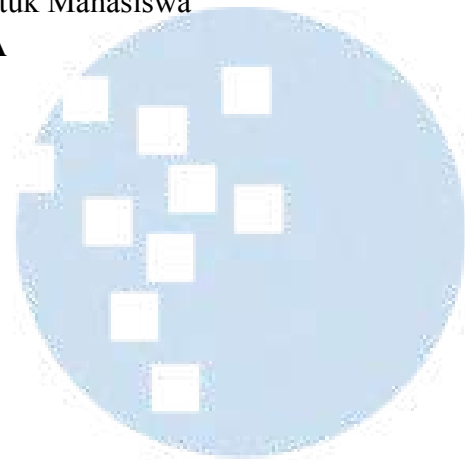
*This internship report focuses on strategic communications planning activities conducted at the Public Relations Bureau of the Ministry of Industry of the Republic of Indonesia. The internship's primary objective was to develop a strategic communications plan to support the Indonesia Emas 2045 vision. The main task involved crafting a communications strategy for an event called the Industrial Festival, targeting Generation Z as the primary audience. The internship entailed conducting market research and analyzing communication trends to understand the target audience's preferences and needs. The result of this internship is a comprehensive strategic communications plan for the Industrial Festival, which includes publication plans, key messages, and series of activities. Event success will be evaluated based on several Key Performance Indicators (KPIs), including participation rates, the amount of social media content shared, and the positive impact generated in raising awareness of national industries. The author's contributions included concept development, event planning, and content marketing strategies. The festival is expected to serve as an effective platform to inspire and engage Generation Z in the future of Indonesia's industry. The internship's conclusion highlights the significance of strategic communications in achieving national development goals and emphasizes the ongoing need for innovation in reaching increasingly diverse audiences.*

***Keywords:*** event, Ministry of Industry, generation Z

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN LAPORAN KERJA MAGANG</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>
<i>ABSTRACT (English)</i>	<i>ix</i>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I</b>	
<b>PENDAHULUAN</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang	3
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	3
1.3.1 Waktu Kerja Magang	3
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	5
<b>BAB II</b>	<b>9</b>
<b>GAMBARAN UMUM LEMBAGA</b>	<b>9</b>
2.1 Sejarah Singkat Lembaga	9
2.1.1 Logo Lembaga	11
2.1.2 Visi Lembaga	12
2.1.3 Misi Lembaga	13
2.2 Struktur Lembaga	14
2.2.1 Kedudukan Humas di Kementerian Perindustrian	14
<b>BAB III</b>	
<b>PELAKSANAAN KERJA MAGANG</b>	<b>19</b>
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	19
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	19
3.2.1 Tugas Kerja Magang	21
3.2.2 Uraian Kerja Magang	22
3.2.2.1 Analisis Media Sosial	22
3.2.2.2 Perencanaan Komunikasi Strategis	32

3.2.2.3 Penyusunan Agenda Setting	67
3.3 Kendala yang Ditemukan	68
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	68
<b>BAB IV</b>	
<b>SIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>70</b>
4.1 Simpulan	70
4.2 Saran	71
4.2.1 Saran untuk Lembaga	71
4.2.2 Saran untuk Universitas	71
4.2.3 Saran untuk Mahasiswa	72
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>73</b>
<b>LAMPIRAN</b>	<b>75</b>



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Timeline Kerja Magang	4
Tabel 3.1 Timeline Kerja Magang	21
Tabel 3.2 Analisis S-PEST Isu Kendaraan Listrik	36
Tabel 3.3 Analisis W-PEST Isu Kendaraan Listrik	38
Tabel 3.4 Analisis O-PEST Isu Kendaraan Listrik	40
Tabel 3.5 Analisis T-PEST Isu Kendaraan Listrik	42
Tabel 3.6 Hasil Riset Industrial Festival	48
Tabel 3.7 Pemetaan Pemangku Kepentingan Industrial Festival	49
Tabel 3.8 Pemetaan Pemangku Kepentingan Industrial Festival	50
Tabel 3.9 Segmentasi Target Khalayak Industrial Festival	53
Tabel 3.10 Activities Measurement	66



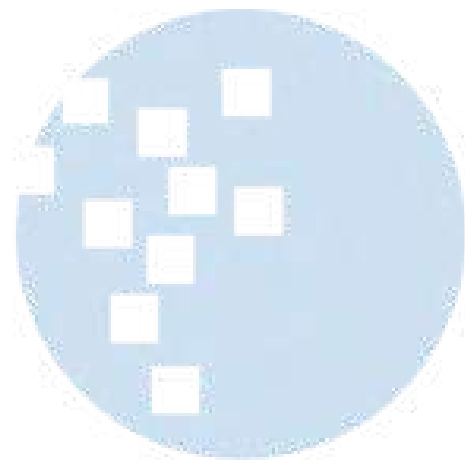
**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Kementerian Perindustrian	11
Gambar 2.2 Struktur Organisasi Kementerian Perindustrian	14
Gambar 2.3 Kedudukan Hubungan Masyarakat Kemenperin	14
Gambar 2.4 Struktur Biro Hubungan Masyarakat Kemenperin	15
Gambar 3.1 Struktur Subbagian Tata Usaha	19
Gambar 3.2 Hasil Analisis Pengikut	23
Gambar 3.3 Hasil Analisis Tujuan	23
Gambar 3.4 Hasil Analisis Kompetitor	24
Gambar 3.5 Contoh Thumbnail	25
Gambar 3.6 Hasil Analisis Sentimen	26
Gambar 3.7 Hasil Analisis Sentimen	26
Gambar 3.8 Hasil Analisis Sentimen	27
Gambar 3.9 Hasil Analisis Sentimen	27
Gambar 3.10 Hasil Analisis Kinerja Konten	28
Gambar 3.11 Kesimpulan Hasil Analisis	29
Gambar 3.12 Rekomendasi Konten	30
Gambar 3.13 Rekomendasi Konten	31
Gambar 3.14 Tahapan Perencanaan dan Pelaksanaan Strategis	33
Gambar 3.15 Dasar-Dasar Segmentasi	51
Gambar 3.16 Timeline Kampanye Industrial Festival	58
Gambar 3.17 Perencanaan Publikasi Media Massa April 2024	59
Gambar 3.18 Perencanaan Publikasi Media Massa Juni 2024	59
Gambar 3.19 Perencanaan Publikasi Media Massa Agustus 2024	59
Gambar 3.20 Perencanaan Publikasi Media Massa Oktober 2024	60
Gambar 3.21 Perencanaan Publikasi Media Sosial Juni 2024	61

## DAFTAR LAMPIRAN

A. Surat Pengantar Magang (KM-01)	75
B. Kartu Magang (KM-02)	76
C. Daily Task Kewirausahaan (KM-03)	77
D. Lembar Verifikasi Laporan Magang Kewirausahaan (KM-04)	87
E. Surat Penerimaan Magang (LoA)	88
F. Lampiran pengecekan hasil Turnitin	89
G. Hasil karya tugas Magang	90



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA