

**PERAN *PR AND SOCIAL MEDIA INTERN* PADA  
PT. VERO PUBLIC RELATIONS**



**Kalila Sakan Taufik  
0000056844**

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

**PERAN *PR AND SOCIAL MEDIA INTERN* PADA  
PT. VERO PUBLIC RELATIONS**



**LAPORAN MAGANG**

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

**Kalila Sakan Taufik**

**0000056844**

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

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Kalila Sakan Taufik

Nomor Induk Mahasiswa : 00000056844

Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang Penelitian dengan judul:

### **PERAN PR & SOCIAL MEDIA INTERN PADA PT. VERO PUBLIC RELATIONS**

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,



(Kalila Sakan Taufik)

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

## HALAMAN PENGESAHAN

### PERAN PR & SOCIAL MEDIA INTERN PADA PT. VERO PUBLIC

#### RELATIONS

Oleh  
Nama : Kalila Sakan Taufik  
NIM : 00000056844  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 19 Juni 2024  
Pukul 09.00 s.d 10.00 dan dinyatakan  
LULUS  
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



**Dr. Agustinus Rusdianto Berto,**

**S.Sos., M.Si**

**NIDN 0313088403**

Penguji



Digitally signed by  
Mujiono Sandim  
Date: 2024.06.24  
14:38:29 +07'00'

**Mujiono Sandim, S.I.Kom.,**

**M.I.Kom**

**NIDN 0315108802**

Pembimbing



**Dr. Agustinus Rusdianto Berto, S.Sos., M.Si**

**NIDN 0313088403**

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky  
Anugrah Bangun  
2024.06.25  
13:22:23 +07'00'

**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 : Kalila Sakan Taufik

NIM : 00000056844

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:

### **PERAN PR & SOCIAL MEDIA INTERN PADA PT. VERO PUBLIC RELATIONS**

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,



(Kalila Sakan Taufik)

U M M N  
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

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul: **“PERAN PR & SOCIAL MEDIA INTERN PADA PT. VERO PUBLIC RELATIONS ”** 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. 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 dan sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
4. Bapak Dr. Agustinus Rusdianto Berto, S.Sos., M.Si, selaku dosen pembimbing yang memberikan arahan dan *feedback* kepada setiap tahap pengerjaan laporan magang.
5. Bapak Dr. Agustinus Rusdianto Berto, S.Sos., M.Si, selaku Ketua Sidang dan Bapak Mujiono Sandim, S.I.Kom.,M.I.Kom selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Mama, Kakak, dan Abah yang sudah memberikan dukungan terus-menerus kepada pemegang supaya dapat menjalankan kerja magang dengan serius dan maksimal.
7. Mas Sofyan dan Kak Claudia sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan magang.

8. Bella, Benny, Kenza, Jeti, dan teman-teman lainnya karena telah mendukung penulis dalam proses magang dan penulisan laporan magang sehingga terasa lebih ringan dan berkesan.

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

Tangerang, 10 Juni 2024



(Kalila Sakan Taufik)



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## PERAN PR & SOCIAL MEDIA INTERN PADA PT. VERO PUBLIC RELATIONS

Kalila Sakan Taufik

### ABSTRAK

Peralihan media analog ke media digital menjadi sangat krusial di era informasi industry ini. Dengan dukungan integrasi antara media massa, komputern, dan jaringan telekomunikasi yang dikenal sebagai konvergensi media. Utamanya media sosia kini memainkan peran yang sangat penting dalam mengubah pola perilaku masyarakat baik dalam budaya, etika, maupun norma yang berlaku. PT Vero Public Relations berkomitmen untuk memberikan informasi yang akurat dan jujur kepada klien dan audiensnya di Asia Tenggara. Untuk itu penulis menjalankan kerja magang untuk mengimplementasikan serta membandingkan pekerjaan di industry *PR & Digital Marketing* dengan perkuliahan untuk mendapatkan kesenjangannya, serta mengembangkan *soft-skill* maupun *hard-skill*. Terdapat dua divisi utama yang mana penulis terlibat yakni *Communication Consulting Team* dan *Specialist Team*, bertanggung jawab dalam keseluruhan proses PR and Digital marketing dari berbagai client Vero Indonesia. Penulis menggunakan konsep dari perkuliahan seperti *Creative Media Production, Media Relations and Publicity Effectiveness*, dan *Social Media and Mobile Marketing* untuk mengimplementasikan serta membandingkan. Meskipun demikian, terdapat beberapa kesenjangan antara pembelajaran di perkuliahan dan praktik lapangan, serta faktor-faktor lainnya yang dapat menghambat penerapan pembelajaran akademis. Terlepas dari berbagai kendala yang ada, lebih dari 640 jam pemagang menjalankan kerja magang dan dapat disimpulkan bahwa *Communication Consulting Team* dan *Specialist Team* sama sama memiliki peranan yang kuat dalam keberlangsungan *PR & Digital Marketing* bagi setiap klien Vero Indonesia.

**Kata kunci:** Konvergensi Media, Media Sosial, *PR & Digital Marketing, Communication Consulting Team, Specialist Team*

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



# THE ROLE OF PR & SOCIAL MEDIA INTERN AT PT. VERO PUBLIC RELATIONS

Kalila Sakan Taufik

## ABSTRACT

*The transition from analog to digital media has become crucial in this information industry era. With the support of the integration between mass media, computers, and telecommunications networks known as media convergence, social media now plays a very important role in changing societal behaviour patterns in terms of culture, ethics, and norms. PT Vero Public Relations is committed to providing accurate and honest information to its clients and audiences in Southeast Asia. Therefore, the author undertook an internship to implement and compare work in the PR & Digital Marketing industry with academic coursework to identify gaps and develop both soft and hard skills. The author was involved in two main divisions, namely the Communication Consulting Team and the Specialist Team, responsible for the entire PR and Digital Marketing process for various Vero Indonesia clients. The author applied concepts from coursework such as Creative Media Production, Media Relations and Publicity Effectiveness, and Social Media and Mobile Marketing for implementation and comparison. However, there are several gaps between academic learning and field practice, as well as other factors that may hinder the application of academic learning. Despite various obstacles, after more than 640 hours of internship, it can be concluded that both the Communication Consulting Team and the Specialist Team play a strong role in the continuity of PR & Digital Marketing for each Vero Indonesia client.*

**Keywords:** *Media Convergence, Social Media, PR & Digital Marketing, Communication Consulting Team, Specialist Team*

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 PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
LAMPIRAN .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang .....	5
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang .....	6
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....	9
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan .....	9
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan .....	11
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....	14
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	14
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang .....	16
3.3 Kendala yang Ditemukan.....	41
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan .....	42
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN .....	44
4.1 Simpulan.....	44
4.2 Saran.....	45
DAFTAR PUSTAKA .....	47
LAMPIRAN .....	49

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Tugas Kerja Magang .....	16
Tabel 3. 2 Tugas Kerja Magang .....	17
Tabel 3. 3 Tugas Kerja Magang .....	17
Tabel 3. 4 Tugas Kerja Magang .....	17
Tabel 3. 5 Tugas Kerja Magang .....	17
Tabel 3. 6 Tugas Utama PR & Social Media Intern .....	18



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Laporan Waktu Orang Indonesia Mengakses Media Digital.....	2
Gambar 2. 1 Logo Vero .....	9
Gambar 2. 2 Support Team Vero.....	11
Gambar 2. 3 Struktur Tim Vero Indonesia.....	11
Gambar 3. 1 Alur Kerja Influencer Marketing & Special Event.....	14
Gambar 3. 2 Alur Kerja Social Media & Public Relations .....	15
Gambar 3. 3 Tangkapan Layar Foccus Group Discussion (2024) .....	20
Gambar 3. 4 Tangkapan Layar Summary Foccus Group Discussion.....	21
Gambar 3. 5 Brainstorming Session With Spotify x Vero ID Team (2024).....	22
Gambar 3. 6 Tangkapan Layar Rimmel KOL Brief .....	23
Gambar 3. 7 Tangkapan Layar Rimmel KOL Brief .....	23
Gambar 3. 8 Tangkapan Layar Tabel TikTok KOL List Rimmel London .....	26
Gambar 3. 9 Tangkapan Layar Tabel Mega Tier Instagram KOL List Rimmel London .....	26
Gambar 3. 10 Tangkapan Layar Tabel Macro dan Mid-Macro Tier Instagram KOL List Rimmel London .....	27
Gambar 3. 11 Tangkapan Layar Tabel Micro Tier Instagram KOL List Rimmel London .....	27
Gambar 3. 12 Tangkapan Layar Reach Out KOL Rimmel London.....	28
Gambar 3. 13 Tangkapan Layar Reach Out KOL Heineken .....	29
Gambar 3. 14 Tangkapan Layar Rimmel x Vero KOL Script Approval.....	31
Gambar 3. 15 Tangkapan Layar Rimmel x Vero KOL Instagram Insights .....	32
Gambar 3. 16 Tangkapan Layar Rimmel x Vero KOL Instagram Insights Database .....	33
Gambar 3. 17 Tangkapan Layar Rimmel x Vero UCG Competition Activity Report .....	33
Gambar 3. 18 Acara Heineken Exclusive Meet The Trophy & Legends Event (2024) .....	34
Gambar 3. 19 Sinar Mas Land Bank Concept.....	36
Gambar 3. 20 Royal Canin Media Coverage Monthly Report.....	38
Gambar 3. 21 Royal Canin Media Coverage Monthly Report.....	39
Gambar 3. 22 Kingston Tech Media Coverage Weekly Report.....	39
Gambar 3. 23 Asean Foundation Final Report.....	40

## LAMPIRAN

Lampiran A Surat Pengantar MBKM (MBKM 01) .....	49
Lampiran B Kartu MBKM (MBKM 02) .....	50
Lampiran C Daily Task Kewirausahaan (MBKM 03).....	51
Lampiran D Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04)	121
Lampiran E Lampiran pengecekan hasil Turnitin .....	122

