

**PERAN PROJECT OFFICER DI DYANDRA PROMOSINDO
DALAM MENANGANI BRAND ACTIVATION PADA
PAMERAN OTOMOTIF**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

Maria Clarissa Manalu

0000056878

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

2024

**PERAN PROJECT OFFICER DI DYANDRA PROMOSINDO
DALAM MENANGANI BRAND ACTIVATION PADA
PAMERAN OTOMOTIF**



LAPORAN MAGANG

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

Maria Clarissa Manalu

00000056878

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

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Maria Clarissa Manalu
Nomor Induk Mahasiswa : 00000056878
Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

PERAN PROJECT OFFICER DI DYANDRA PROMOSINDO DALAM MENANGANI BRAND ACTIVATION PADA PAMERAN OTOMOTIF

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 program magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 10 Juni 2024



(Maria Clarissa Manalu)

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan Judul
**PERAN PROJECT OFFICER DI DYANDRA PROMOSINDO DALAM
MENANGANI BRAND ACTIVATION PADA PAMERAN OTOMOTIF**

Oleh

Nama : Maria Clarissa Manalu

NIM : 00000056878

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 19 Juni 2024

Pukul 08:00 s.d 09:00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang


Helga Liliani Cakra Dewi,
S.I.Kom., M.Comm.
NIDN 0317089201

Penguji


Vega Karina Andira Putri,
S.Sos., M.Si.
NIDN 0307128703

Pembimbing


Helga Liliani Cakra Dewi, S.I.Kom., M.Comm.
NIDN 0317089201

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi


Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maria Clarissa Manalu
NIM : 00000056878
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 PROJECT OFFICER DI DYANDRA PROMOSINDO DALAM MENANGANI BRAND ACTIVATION PADA PAMERAN OTOMOTIF

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/ mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan laporan magang 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,



Maria Clarissa Manalu

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat Tuhan Yang Maha Esa atas selesainya penulisan laporan magang dengan judul:

“PERAN PROJECT OFFICER DI DYANDRA PROMOSINDO DALAM MENANGANI BRAND ACTIVATION PADA PAMERAN OTOMOTIF”

dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi *Strategic Communication* 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 laporan magang 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, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Helga Liliani Cakra Dewi, S.I.Kom., M.Comm. sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya laporan magang ini.
5. Bapak/Ibu Dosen selaku Ketua Sidang dan Bapak/Ibu Dosen selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Ibu Amas Tria Ayu Setya sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya program magang dan laporan magang ini.
7. Kepada PT Dyandra Promosindo yang telah memberikan kesempatan bagi saya untuk melaksanakan kerja magang dan menjadi wadah untuk saya berkembang.

8. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan magang ini.
9. Rekan-rekan kerja magang dan rekan-rekan senior di Departemen Otomotif PT Dyandra Promosindo yang telah mendukung saya selama melaksanakan kerja magang.

Semoga laporan magang ini dapat berdampak positif dan menjadi pembelajaran serta sumber informasi bagi para pembaca, khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 10 Juni 2024



Maria Clarissa Manalu

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**PERAN PROJECT OFFICER DI DYANDRA PROMOSINDO
DALAM MENANGANI BRAND ACTIVATION PADA
PAMERAN OTOMOTIF**

Maria Clarissa Manalu

ABSTRAK

Dalam maraknya kompetisi produk di pasaran, penyelenggaraan *special event* menjadi salah satu taktik marketing yang kuat. Hal ini karena *special event* memungkinkan perusahaan atau *brand* untuk berinteraksi langsung dengan target konsumen, menciptakan pengalaman dan keterlibatan konsumen dengan *brand*, hingga menghasilkan penjualan. Pameran merupakan salah satu jenis *special event* yang diadakan dengan tujuan untuk peningkatan *awareness* agar peserta pameran (*exhibitors*) dapat memperoleh prospek penjualan. Pameran juga menjadi sarana bagi perusahaan atau *brand* yang menjadi peserta pameran untuk melaksanakan *brand activation*. Untuk mampu mempelajari dan terlibat langsung dalam proses penyelenggaraan pameran berskala *major* di Indonesia, penulis telah melaksanakan kerja magang di salah satu perusahaan *event* dan *exhibition organizer* di Indonesia, yaitu PT Dyandra Promosindo. Pemilihan PT Dyandra Promosindo sebagai perusahaan tempat kerja magang didasari atas kredibilitas PT Dyandra Promosindo yang telah berdiri sejak 1994 dan telah menyelenggarakan lebih dari 1100 *event* dan *exhibition* di kota-kota besar di Indonesia. Penulis melaksanakan kerja magang di Departemen Otomotif, divisi sales, sebagai *project officer intern* yang terlibat dalam 2 proyek pameran, yaitu Indonesia International Motor Show (IIMS) 2024 dan PERIKLINDO Electric Vehicle Show (PEVS) 2024. Setelah melalui masa kerja magang, penulis telah memenuhi tugas-tugas dan tanggung jawab *project officer intern*, yaitu menangani berbagai kepentingan teknis dan administrasi terkait penyelenggaraan pameran di *hall* pameran yang ditangani beserta *exhibitors* di dalamnya.

Kata kunci: *Special Event, Brand Activation, Pameran, Dyandra Promosindo, Project Officer*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

***THE ROLE OF PROJECT OFFICER AT DYANDRA
PROMOSINDO IN HANDLING BRAND ACTIVATION AT
AUTOMOTIVE EXHIBITIONS***

Maria Clarissa Manalu

ABSTRACT

In the rise of product competition in the market, special events have become a strong marketing tactic. This is because special events allow companies or brands to interact directly with target customers, create customer experiences and engagement with the brand, and generate sales. Exhibition is a type of special event that is held with the purpose of increasing awareness so that exhibitors can gain sales prospects. Exhibition is also a place for companies or brands participating in the exhibition to carry out brand activation. To be able to learn and be directly involved in the process of organizing major scale exhibitions in Indonesia, the author has carried out an internship at one of the event and exhibition organizer companies in Indonesia, namely PT Dyandra Promosindo. The choice of PT Dyandra Promosindo as the company for internship work is based on the credibility of PT Dyandra Promosindo, which has been established since 1994 and has held more than 1100 events and exhibitions in several big cities in Indonesia. The author carried out an internship in the Automotive Department, sales division, as project officer intern, who was involved in 2 exhibition projects, which are Indonesia International Motor Show (IIMS) 2024 and PERIKLINDO Electric Vehicle Show (PEVS) 2024. After going through the internship period, the author has fulfilled duties and responsibilities of the project officer intern, which is handling various technical and administrative affairs related to the exhibitions in the exhibition hall, along with the exhibitors in it.

Keywords: *Special Event, Brand Activation, Exhibition, Dyandra Promosindo, Project Officer*

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
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	8
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	8
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	9
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	13
3.1 Kedudukan dan Koordinasi dalam Kerja Magang.....	13
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	16
3.3 Kendala yang Ditemukan.....	45
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	47
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	49
4.1 Simpulan.....	49
4.2 Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN	55

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Lini Masa Praktik Kerja Magang di PT Dyandra Promosindo.....	17
Tabel 3.2. Perusahaan yang Terlibat Sebagai Exhibitors Pada Area Pertanggungjawaban Penulis dalam Pameran IIMS 2024 dan PEVS 2024.....	22
Tabel 3.3. Daftar Judul Formulir Operasional IIMS 2024 dan PEVS 2024.....	27



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Logo Perusahaan PT Dyandra Promosindo.....	9
Gambar 2.2. Struktur Perusahaan PT Dyandra Promosindo.....	9
Gambar 2.3. Struktur Departemen Otomotif Pada Divisi Sales dalam Event IIMS 2024 dan PEVS 2024.....	10
Gambar 3.1. Alur Koordinasi Kerja Project Officer dalam IIMS 2024.....	15
Gambar 3.2. Alur Koordinasi Kerja Project Officer dalam PEVS 2024.....	15
Gambar 3.3. Logo Indonesia International Motor Show (IIMS) 2024.....	19
Gambar 3.4. Logo PERIKLINDO Electric Vehicle Show (PEVS) 2024.....	20
Gambar 3.5. Contoh penerapan senyuman dan sapaan pada pesan teks melalui platform WhatsApp yang diterapkan oleh penulis.....	25
Gambar 3.6. Contoh Formulir Operasional IIMS dan PEVS 2024 yang Sudah Diisi.....	28
Gambar 3.7. Rekapitulasi Formulir Operasional IIMS 2024.....	30
Gambar 3.9. Proses Set Up di Hall D IIMS 2024.....	33
Gambar 3.10. Proses Pembongkaran Booth di Hall B3 dan C3 PEVS 2024.....	36
Gambar 3.11. IIMS 2024 Resmi Dibuka Oleh Presiden Joko Widodo.....	36
Gambar 3.12. Suasana Hari Pameran Reguler di hall D IIMS 2024 dan hall B3 dan C3 PEVS 2024.....	38
Gambar 3.13. Jadwal Booth Program PEVS 2024.....	41
Gambar 3.14. Talkshow Honda pada 17 Februari 2024 dalam IIMS 2024.....	42
Gambar 3.15. Suasana Closing Ceremony PEVS 2024.....	43

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Surat Pengantar MBKM (MBKM Track 01).....	55
Lampiran B. Kartu MBKM (MBKM 02).....	56
Lampiran C Daily Task (MBKM 03).....	57
Lampiran D Lembar Verifikasi Laporan MBKM Internship Track 1.....	100
Lampiran E Curriculum Vitae (CV).....	101
Lampiran F. Surat Penerimaan MBKM (LoA).....	103
Lampiran G. Formulir Bimbingan Magang.....	104
Lampiran H. Hasil Pengecekan Turnitin.....	105

