

**AKTIVITAS CORPORATE MARKETING INTERN
DI PT GEMA GRAHA SARANA**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

VANESSA YOLANDA

00000056931

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

2024

**AKTIVITAS CORPORATE MARKETING INTERN
DI PT GEMA GRAHA SARANA**



LAPORAN MAGANG

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

VANESSA YOLANDA

0000056931

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

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Vanessa Yolanda

Nomor Induk Mahasiswa : 00000056931

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

“AKTIVITAS CORPORATE MARKETING INTERN DI PT GEMA GRAHA SARANA”

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 magang maupun dalam penulisan laporan kerja magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 10 Juni 2024



(Vanessa Yolanda)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul

AKTIVITAS CORPORATE MARKETING INTERN DI PT GEMA

GRAHA SARANA

Oleh

Nama : Vanessa Yolanda

NIM : 00000056931

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Jumat, 21 juni 2024

Pukul 10.00 s/d 11.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji



Intan Primadini, S.Sos., M.Si.
NIDN 0326098501

Riatun, S.Sos., M.I.Kom.
NIDN 0302077803

Pembimbing

Intan Primadini, S.Sos., M.Si.
NIDN 0326098501

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

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

Sebagai civitas akademika Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Vanessa Yolanda
NIM : 00000056931
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Laporan Magang

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**AKTIVITAS CORPORATE MARKETING INTERN DI PT GEMA
GRAHA SARANA**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalih mediakan / mengalih 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,



(Vanessa Yolanda)

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat yang telah diberikan atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul: **“AKTIVITAS CORPORATE MARKETING INTERN DI PT GEMA GRAHA SARANA”** yang dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, Jurusan Komunikasi Strategis pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.

Penulis menyadari bahwa, tanpa adanya bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan hingga pada penyusunan laporan magang ini, sangatlah sulit bagi saya untuk dapat 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 yang memberikan persetujuan kepada pekerja magang untuk magang di PT Gema Graha Sarana (GGS).
4. Ibu Intan Primadini, S.Sos., M.Si., sebagai pembimbing yang bersedia meluangkan waktu untuk bimbingan secara luring, memberikan masukan dan arahan yang membangun serta membantu dalam memberikan buku-buku sebagai referensi atas terselesainya laporan magang ini.
5. PT Gema Graha Sarana, selaku perusahaan yang memberikan kesempatan untuk melaksanakan kerja magang dan memperoleh pengalaman di dunia kerja.
6. Bapak Kevin Rafali sebagai pembimbing lapangan, Ibu Pelly sebagai *Head Department*, Ibu Azza Thalib selaku *Marketing Communication*, Bapak Iqbal Hamdani selaku *Visual Content Specialist* yang telah memberikan

banyak ilmu, arahan, dan bimbingan hingga terselesainya laporan magang ini.

7. Keluarga yang memberikan dukungan material dan moral kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan magang dengan tepat waktu.
8. Ralfie Darmawan yang selalu memberikan semangat dan menemani pengerjaan laporan magang ini hingga selesai.
9. Teman-teman saya, Shafa Raisha, Thalia Angela, Kelly Christian, Jenny Priscilla, Silvia Andriyani, dan teman-teman lainnya yang selalu bersedia untuk diajak berdiskusi dalam penyelesaian laporan magang ini.

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

Tangerang, 10 juni 2024



(Vanessa Yolanda)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

AKTIVITAS CORPORATE MARKETING INTERN DI PT GEMA GRAHA SARANA

Vanessa Yolanda

ABSTRAK

Seiring berkembangnya zaman dan teknologi, *industry furniture* dan interior adalah salah satu industri yang berkembang pesat dan dilengkapi dengan berbagai teknologi canggih. Salah satu perusahaan *Business to Business* (B2B) yang bergerak di bidang industri *furniture* dan interior yaitu VIVERE Group yang berdiri pada tahun 1984. Perusahaan yang beroperasi di industri *business-to-business* (B2B) sering kali menerapkan proses pemasaran formal untuk menggambarkan kualitas produk atau layanan yang mereka pasarkan. Tetapi di zaman sekarang muncul berbagai macam pemasaran di berbagai media sehingga perusahaan harus mampu memaksimalkan strategi pemasaran mereka baik secara digital maupun lainnya untuk dapat menghadapi tantangan yang ada. VIVERE Group menyadari pentingnya strategi pemasaran di berbagai macam media dalam persaingan bisnis sehingga perusahaan membentuk Divisi Corporate Marketing untuk menjalankan strategi pemasaran untuk mencapai tujuan perusahaan seperti: pembuatan artikel untuk web resmi perusahaan, melaksanakan *event* internal dan eksternal, dan menjalin hubungan dengan berbagai pihak termasuk media. Namun, ada beberapa kendala di dalam internal perusahaan seperti informasi yang kurang jelas tentang unit bisnis VIVERE Group tetapi kendala yang ada dapat diatasi dan dapat disimpulkan bahwa Divisi Corporate Marketing memiliki peranan yang penting dalam melaksanakan strategi, cara, dan hal lainnya yang berkaitan dengan komunikasi pemasaran VIVERE Group.

Kata kunci: *B2B*, *Corporate Marketing*, VIVERE Group

CORPORATE MARKETING INTERN ACTIVITIES AT PT GEMA GRAHA SARANA

Vanessa Yolanda

ABSTRACT

As time and technology develop, the furniture and interior industry is one of the industries that is increasing and is equipped with various advanced technologies. One of the business-to-business (B2B) companies operating in the furniture and interior industry is VIVERE Group, which was founded in 1984. Companies operating in the business-to-business (B2B) industry often apply formal marketing processes to describe product quality or the services they market. However, in this day and age, various types of marketing appear in multiple media, so companies must be able to maximize their marketing strategies, both digitally and otherwise, to be able to face existing challenges. VIVERE Group realizes the importance of marketing strategies in various media in business competition, so the company formed a Corporate Marketing Division to carry out marketing strategies to achieve company goals such as: creating articles for the company's official website, carrying out internal and external events, and establishing relationships with various parties including the media. However, there are several obstacles within the company, such as unclear information about the VIVERE Group business unit. Still, the existing obstacles can be overcome and it can be concluded that the Corporate Marketing Division has an important role in implementing strategies, methods and other matters related to marketing communications.

Keywords: *B2B, Corporate Marketing, VIVERE Group*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	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 Pelaksanaan Kerja Magang	3
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	4
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	4
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	5
A. Proses Administrasi beserta Proses Pengajuan dan Penerimaan Magang di Tempat kerja Magang	5
B. Proses Pelaksanaan Praktek Kerja Magang	6
C. Proses Pembuatan Laporan Praktek Kerja Magang	7
D. laporan Praktek Kerja Magang	7
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	8
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	8
2.2 Visi dan Misi PT Gema Graha Sarana	10
2.3 Nilai-nilai PT Gema Graha Sarana	10
2.4 Struktur Otganisasi PT Gema Graha Sarana	11

BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	13
3.1 Kedudukan dan Koordinasi dalam Kerja Magang	13
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang	15
3.2.1 Tugas Kerja Magang	15
3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang	16
A. PR Writing	16
B. Special Event	25
C. Media Relations and Publicity Effectiveness	35
3.2.3 Kendala yang Ditemukan	43
3.2.4 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan	44
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	45
4.1 Simpulan	45
4.2 Saran	47
1. Saran untuk PT Gema Graha Sarana	47
2. Saran untuk Universitas Multimedia Nusantara	47
3. Saran untuk mahasiswa yang akan Magang	48
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN	51



DAFTAR TABEL

TABEL 3.1 URAIAN TUGAS MAGANG	16
TABEL 3.2 SOCIAL MEDIA STRATEGY	21
TABEL 3.3 EDITORIAL PLAN PT GEMA GRAHA SARANA BULAN MARET	23
TABEL 3.4 PUBLIC HOLIDAY GREETINGS	25



DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1 JUMLAH PENGGUNA INTERNET DI INDONESIA (1998-2022)	2
GAMBAR 2.1 LOGO VIVERE GROUP	8
GAMBAR 2.2 STRUKTUR ORGANISASI VIVERE GROUP	11
GAMBAR 3.1 STRUKTUR DIVISI CORPORATE MARKETING	13
GAMBAR 3.2 PENGGUNAAN CHAT GPT	21
GAMBAR 3.3 PEMBUATAN THUMBNAIL ARTIKEL	22
GAMBAR 3.4 CONTOH PUBLIKASI ARTIKEL	24
GAMBAR 3.5 EVENT CAFA 25 TH ANNUAL GENERAL MEETING	30
GAMBAR 3.6 JOBDESK DI HARI ACARA CAFA 25 TH	31
GAMBAR 3.7 MEDIA EXPOSURE COUNCIL	32
GAMBAR 3.8 SHOWROOM TOUR PRADITA UNIVERSITY	34
GAMBAR 3.9 KOORDINASI DENGAN KOORDINATOR MEDIA	39
GAMBAR 3.10 PENGIRIMAN UNDANGAN KONFERENSI CAFA 25 TH	39
GAMBAR 3.11 PENGIRIMAN PRESS RELEASE KEPADA KOORDINATOR MEDIA	40
GAMBAR 3.12 PEMBAYARAN MEDIA	41

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN	51
A. Surat Pengantar MBKM (MBKM 01)	51
B. Kartu MBKM (MBKM 02)	52
C. Daily Task (MBKM 03)	53
D. Lembar Verifikasi Laporan (MBKM 04)	56
E. Surat Penerimaan Kerja Magang (LOA)	57
F. Formulir Konsultasi Magang	58
G. Lampiran pengecekan hasil Turnitin	59
H. Semua hasil karya tugas yang dilakukan selama MBKM	60
I. Curriculum Vitae (CV)	61

