

**AKTIVITAS PEMASARAN B2B DI DIVISI CORPORATE
MARKETING VIVERE GROUP**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

DEVARA IVAN MAHARDIKA

0000057539

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

2024

**AKTIVITAS PEMASARAN B2B DI DIVISI CORPORATE
MARKETING VIVERE GROUP**



LAPORAN MAGANG

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

DEVARA IVAN MAHARDIKA

00000057539

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Devara Ivan Mahardika

Nomor Induk Mahasiswa 00000057539

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

AKTIVITAS PEMASARAN B2B DI DIVISI CORPORATE MARKETING VIVERE GROUP

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 magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk *Internship Track I* yang telah saya tempuh.

Tangerang, 20 Juni 2024



Handwritten signature of Devara Ivan Mahardika.

(Devara Ivan Mahardika)

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

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**AKTIVITAS PEMASARAN B2B DI DIVISI CORPORATE MARKETING
VIVERE GROUP**

Oleh

Nama : Devara Ivan Mahardika
NIM : 00000057539
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 20 Juni 2024
Pukul 09.00 s.d 10.00 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji



Dr. Agustinus Rusdianto Berto.

S.Sos., M.Si

NIDN 0313088403



Asep Sutresna, M.A.

NIDN 0307126303

Pembimbing



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

NIDN 0313088403

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky
Anugrah Bangun
2024.06.25
13:21:47 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S. Sos, 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 : Devara Ivan Mahardika

NIM : 00000057539

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:

**AKTIVITAS PEMASARAN B2B DI DIVISI CORPORATE MARKETING
VIVERE GROUP**

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 tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 4 Juni 2024

Yang menyatakan,


(Devara Ivan Mahardika)

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, atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul:

“AKTIVITAS PEMASARAN B2B DI DIVISI CORPORATE MARKETING VIVERE GROUP” 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 laporan magang ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

Mengucapkan terima kasih

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 Dosen selaku Ketua Sidang dan Bapak Dosen selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
5. Bapak Dr. Agustinus Rusdianto Berto, S.Sos., M.Si, selaku dosen pembimbing yang memberikan arahan dan *feedback* kepada setiap tahap pengerjaan laporan magang.
6. Mama, Cece, Oma, dan Om yang sudah memberikan dukungan terus-menerus kepada penulis supaya dapat menjalankan kerja magang dengan serius dan maksimal.

7. Bu Pelly, Kak Iqbal, Kak Azza, dan Kak Kevin yang sudah membimbing dan mempercayakan penulis dengan berbagai kontribusinya untuk Divisi *Corporate Marketing* VIVERE Group.
8. Angel, Ale, Bryan, Rio, Laura, Debo, Given, dan teman-teman lainnya terkhusus teman-teman magang di VIVERE Group karena telah mengisi hari-hari magang menjadi lebih berwarna dan berkesan.

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

Tangerang, 4 Juni 2024



(Devara Ivan Mahardika)

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

AKTIVITAS PEMASARAN B2B DI DIVISI CORPORATE MARKETING VIVERE GROUP

Devara Ivan Mahardika

ABSTRAK

Industri furnitur di Indonesia sedang mengalami kemajuan dalam lima tahun terakhir. VIVERE Group sebagai perusahaan dan merek furnitur di Indonesia menjadi solusi bagi kebutuhan konsumennya baik secara B2C atau B2B. Selama hampir 40 tahun, VIVERE Group sudah menangani lebih dari 3 juta meter persegi proyek. Penulis menjalankan kerja magang untuk mengimplementasikan serta membandingkan pekerjaan di perusahaan B2B dengan perkuliahan untuk mendapatkan kesenjangan, serta mengembangkan *soft-skill* maupun *hard-skill*. VIVERE Group sebagai perusahaan furnitur yang berfokus pada B2B menjadi tempat bagi penulis untuk mengimplementasikan tujuan secara langsung. VIVERE Group menjadi salah satu merek dan perusahaan furnitur terbesar di Indonesia yang terus berkembang dan berinovasi. Terdapat Divisi *Corporate Marketing* yang menjadi departemen penulis dalam menjalankan kerja magang. Divisi *Corporate Marketing* bertanggung jawab untuk menjalankan dan membantu unit bisnis yang ada, serta mengembangkan dan memasarkan *brand* VIVERE Group secara keseluruhan. Penulis menggunakan konsep dari perkuliahan seperti B2B, *Special Event*, *Copywriting*, dan *Creative Media Production* untuk mengimplementasikan dan membandingkan. Dalam pelaksanaannya, terdapat beberapa kendala seperti kurangnya informasi yang jelas serta distribusi informasi ataupun regulasi yang kurang jelas. Terlepas dari berbagai kendala yang ada, lebih dari 640 jam penulis menjalankan kerja magang dan dapat disimpulkan bahwa Divisi *Corporate Marketing* memiliki peranan dalam membangun pemasaran B2B perusahaan melalui berbagai aspek.

Kata kunci: Furnitur, B2B, Pemasaran Korporat, Pemasaran Digital, VIVERE Group

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

B2B MARKETING ACTIVITY IN VIVERE GROUP'S CORPORATE MARKETING DIVISION

Devara Ivan Mahardika

ABSTRACT

The furniture industry in Indonesia has experienced significant progress over the past five years. VIVERE Group, as a prominent furniture company and brand has become a solution for consumer needs in both B2C and B2B segments. For nearly 40 years, VIVERE Group has managed more than 3 million sqm of projects. Interns at VIVERE Group undertake the internships to implement and compare the academic learnings with real-world work in a B2B company to identify gaps, and developing both soft and hard skill. VIVERE Group, focusing on B2B, provides author with a platform to directly apply their objectives. As one of the largest and continuously evolving and innovating furniture brands and companies in Indonesia, VIVERE Group offers a rich environment for practical learning. There is Corporate Marketing Division where author carry out the internships. This division is responsible for supporting and assisting existing business units, as well as developing and marketing the VIVERE Group brand generally. Interns apply concepts from the coursework, such as B2B Marketing, Special Event, Copywriting and Creative Media Production, to implement and compare with practical experiences. During the internships, author encounter several challenges, such as a lack of clear information and unclear distribution of information and regulations. Despite these challenges, after completing over 640 hours of internship, it can be concluded that the Corporate Marketing Division plays a crucial role in building the company's B2B marketing through various aspects

Keywords: *Furniture, B2B, Corporate Marketing, Digital Marketing, VIVERE Group*

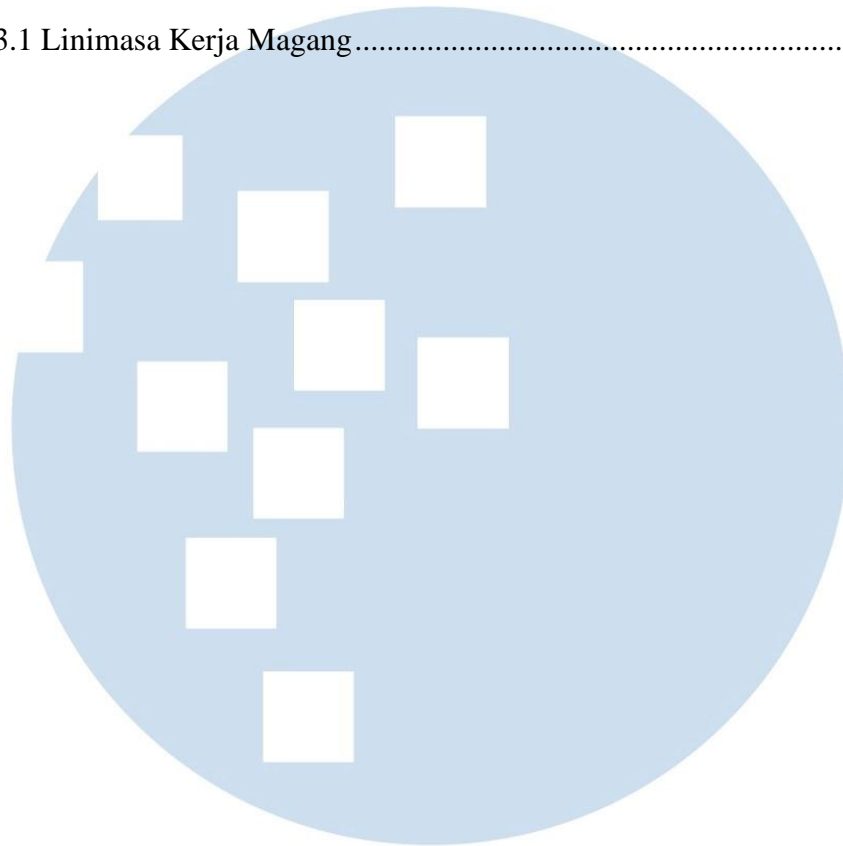
U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang	5
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	6
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	9
2.1 Tentang VIVERE Group	9
2.2 Visi Misi VIVERE Group	11
2.3 Struktur Organisasi VIVERE Group	12
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	16
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang	16
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang	18
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	37
4.1 Simpulan	37
4.2 Saran	37

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Linimasa Kerja Magang..... 20



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo VIVERE Group.....	9
Gambar 2.2 Logo Unit Bisnis dan Merek VIVERE Group	10
Gambar 2.3 Struktur Organisasi VIVERE Group.....	13
Gambar 2.4 Struktur Divisi Corporate Marketing	14
Gambar 3.1 Alur Publikasi Konten Media Sosial.....	16
Gambar 3.2 Alur Pelaksanaan Kegiatan Korporat	17
Gambar 3.3 Alur Proses Pembuatan Video & Animasi.....	18
Gambar 3.4 <i>Microsoft Excel Editorial Planning</i>	23
Gambar 3.5 <i>Scheduling</i> Meta Business Suite	24
Gambar 3.6 Contoh Publikasi LinkedIn.....	25
Gambar 3.7 <i>Architect Gathering</i> dari India	28

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Pengantar MBKM-01	41
Lampiran B Kartu Magang MBKM-02	42
Lampiran C Kartu Magang MBKM-03	42
Lampiran D Lembar Verifikasi MBKM-04	55
Lampiran E Form Bimbingan Magang	56
Lampiran F Hasil Turnitin	57
Lampiran G CV	59

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA