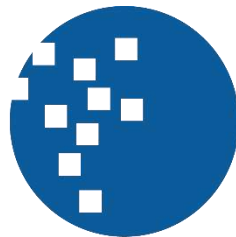


**AKTIVITAS MARKETING COMMUNICATION INTERN
PERUSAHAAN PENGUSAHAAN JALAN TOL PT JASA
MARGA (PERSERO) TBK**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MAGANG

Muhammad Sultan Faraj

0000059781

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

2024

**AKTIVITAS MARKETING COMMUNICATION INTERN
PERUSAHAAN PENGUSAHAAN JALAN TOL PT JASA
MARGA (PERSERO) TBK**



LAPORAN MAGANG

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Muhammad Sultan Faraj

00000059781

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

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Muhammad Sultan Faraj

Nomor Induk Mahasiswa : 00000059781

Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

AKTIVITAS MARKETING INTERN COMMUNICATION PERUSAHAAN PENGUSAHAAN JALAN TOL PT JASA MARGA (PERSERO) TBK

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 MBKM, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan MBKM yang telah saya tempuh.

Tangerang, 28 Mei 2024



(Muhammad Sultan Faraj)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul
**AKTIVITAS MARKETING COMMUNICATION INTERN PERUSAHAAN
PENGUSAHAAN JALAN TOL PT JASA MARGA (PERSERO) TBK**

Oleh

Nama : Muhammad Sultan Faraj

NIM : 00000059781

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.

Ketua Sidang

Penguji

Maria Advenita Gita Elmada, M.Si.
NIDN 0309129202


Riatun, S.Sos., M.Ikom.
NIDN 0302077803

Pembimbing

Maria Advenita Gita Elmada, M.Si.
0309129202

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
0304078404

iii

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Sultan Faraj

NIM : 00000059781

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

JenisKarya : Laporan Magang

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

AKTIVITAS MARKETING COMMUNICATION INTERN PERUSAHAAN PENGUSAHAAN JALAN TOL PT JASA MARGA (PERSERO) TBK

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, 28 Mei 2024

Yang menyatakan,



(Muhammad Sultan Faraj)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul:

“Aktivitas Marketing Communication Intern Perusahaan Pengusahaan Jalan Tol PT Jasa Marga (Persero) Tbk” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana 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 Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Kak Maria Advenita Gita Elmada, M.Si., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Kepada Kak Renita, Kak Firdha, Kak Lulut, Kak Fajar dan Pak Irwansyah, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, untuk menyelesaikan kerja magang selama 80 hari kerja ini.
7. Putu Runitianingsih yang sudah mendengarkan keluh kesah dan memberikan semangat secara terus-menerut sehingga laporan magang ini terselesaikan seluruhnya.
8. Raul, Galang, Nael, Tasya, dan Aurel sebagai teman-teman yang menjalani magang bersama di *Marketing Communication* PT. Jasa Marga (Persero) Tbk

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

Tangerang, 28 Mei 2024



(Muhammad Sultan Faraj)



AKTIVITAS MARKETING COMMUNICATION INTERN DALAM PERUSAHAAN PENGUSAHAAN JALAN TOL PT JASA MARGA (PERSERO) TBK

Muhammad Sultan Faraj

ABSTRAK

Saat ini persaingan yang ada dimasyarakat bukanlah persaingan antar produk dengan produk melainkan persaingan antara perusahaan dengan perusahaan, yang membuat sebuah perusahaan harus menjadi komunikator yang baik dengan menggunakan strategi komunikasi yang berbeda serta efektif dengan menggunakan berbagai media yang ada untuk mendapatkan perhatian dari konsumen. Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang pengembangan jalan tol, PT Jasa Marga (Persero) Tbk sadar akan pentingnya persaingan bisnis sehingga membentuk Departemen *Marketing Communication* yang menjalankan strategi komunikasinya sehingga informasi dapat diberikan secara tepat dan cepat kepada khalayak masyarakat, seperti pembuatan konten media sosial, pembuatan *press release*, dan pelaksanaan berbagai *event* internal maupun eksternal. Dalam pelaksanaannya, terdapat beberapa kendala yang disebabkan oleh factor internal perusahaan, seperti adanya regulasi yang cukup rumit terkait pembuatan konten media sosial yang hendak dilakukan. Namun, Seluruh kendala dapat berhasil untuk diselesaikan pada akhirnya sehingga dapat disimpulkan bahwa Departemen *Marketing Communication* memiliki peran penting dalam pelaksanaan strategi komunikasi PT Jasa Marga (Persero) Tbk

Kata kunci: Jalan Tol, Strategi Pemasaran, Strategi Komunikasi, Jasa Marga

INTERNSHIP MARKETING COMMUNICATION ACTIVITIES IN THE TOLL ROAD COMPANY PT JASA MARGA (PERSERO) TBK

Muhammad Sultan Faraj

ABSTRACT (English)

Currently, the competition in society is not competition between products and products but rather competition between companies and companies, which makes a company must be a good communicator by using different and effective communication strategies by using various existing media to get the attention of consumers. As a company engaged in toll road development, PT Jasa Marga (Persero) Tbk is aware of the importance of business competition, so it has formed a Marketing Communication Department which carries out its communication strategy so that information can be provided accurately and quickly to the public, such as creating social media content, creating press releases, and implementing various internal and external events. In its implementation, there were several obstacles caused by internal company factors, such as the existence of quite complicated regulations regarding the creation of social media content that was to be carried out. However, all obstacles can be successfully resolved in the end so it can be concluded that the Marketing Communication Department has an important role in implementing PT Jasa Marga (Persero) Tbk communication strategy.

Keywords: Toll Roads, Marketing Strategy, Communication Strategy, Jasa Marga

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
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.....	5
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	6
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang.....	6
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	6
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	8
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	8
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	11
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	15
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	15
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang.....	17
3.3 Kendala yang Ditemukan	37
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan.....	38
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	40
4.1 Simpulan	40
4.2 Saran	41
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN.....	45

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jalan Tol Operasi

2

Tabel 3.1 Linimasa Kerja Magang

18



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo PT Jasa Marga (Persero) Tbk	8
Gambar 2.2 Logo Regional dan Subholding PT Jasa Marga (Persero) Tbk	10
Gambar 2.3 Struktur Organisasi PT Jasa Marga (Persero) Tbk	12
Gambar 2.4 Struktur Unit <i>Marketing Communication</i> PT Jasa Marga (Persero) Tbk	13
Gambar 3.1 Alur Pembuatan Konten Media Sosial	15
Gambar 3.2 Alur Pelaksanaan Kegiatan Korporat	16
Gambar 3.3 Editorial Plan PT Jasa Marga (Persero) Tbk	22
Gambar 3.4 Rapat EP Konten Media Sosial	23
Gambar 3.5 Pembuatan Konten Media Sosial	24
Gambar 3.6 Pembuatan Konten Media Sosial	25
Gambar 3.7 <i>Thumbnail</i> konten media sosial Instagram dan Tiktok	26
Gambar 3.8 <i>Social Media Report</i> PT Jasa Marga (Persero) Tbk	27
Gambar 3.9 Rapat <i>Social Media Report</i> PT Jasa Marga (Persero) Tbk	28
Gambar 3.10 Analisis Akun Tiktok PT Jasa Marga (Persero) Tbk	29
Gambar 3.11 Konten Terbaik Pada Akun Tiktok PT Jasa Marga (Persero) Tbk	29
Gambar 3.12 Kegiatan <i>Photo BOD-1</i> untuk kebutuhan <i>Annual report</i> Jasa Marga	31
Gambar 3.13 Benchmark HK	32
Gambar 3.14 Kegiatan Mudik Asyik BUMN	33
Gambar 3.15 <i>Live report</i> Jasa Marga <i>update</i>	34
Gambar 3.16 JMTC	35
Gambar 3.17 Kegiatan <i>Presscon</i> Jasa Marga Siaga Idul Fitri 2024	36
Gambar 3.18 Kegiatan <i>Presscon</i> Jasa Marga Siaga Idul Fitri 2024	37



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. <i>Technical Meeting Booth</i> Expowasin 2024 KLPBU	43
Lampiran 2. Zoom dengan vendor PT. SAM untuk kebutuhan konten sosmed Jasa Marga	43
Lampiran 3. Penjelasan <i>cover</i> visual dari Branco untuk <i>Sustainability Report</i> Jasa Marga	44
Lampiran 4. Rapat tim <i>Marcomm</i> untuk rangkaian kegiatan HUT JM Ke 46	44
Lampiran A. Surat Pengantar MBKM 01	45
Lampiran B. Kartu MBKM 02	46
Lampiran C. Daily Task MBKM – MBKM 03	47
Lampiran D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM – MBKM 04	59
Lampiran E. Surat Penerimaan MBKM (LoA)	60
Lampiran F. Pengecekan Hasil Turnitin	61
Lampiran G. Resume	62

