

**PERAN *CORPORATE COMMUNICATION AND BRANDING*
DALAM PENGELOLAAN *CORPORATE IMAGE* PT MRT
JAKARTA (PERSERODA)**



LAPORAN MAGANG

SALWA ANINDIZA RABBANI

00000061421

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

2024

PERAN *CORPORATE COMMUNICATION AND BRANDING*

DALAM PENGELOLAAN *CORPORATE IMAGE* PT MRT

JAKARTA (PERSERODA)



LAPORAN MAGANG

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

SALWA ANINDIZA RABBANI

00000061421

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Salwa Anindiza Rabbani

Nomor Induk Mahasiswa : 00000061421

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

**PERAN *CORPORATE COMMUNICATION AND BRANDING* DALAM
PENGELOLAAN *CORPORATE IMAGE* PT MRT JAKARTA
(PERSERODA)**

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 skripsi maupun dalam peserta magangan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan **TIDAK LULUS** untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 13 Juni 2024



(Salwa Anindiza Rabbani)

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
**PERAN CORPORATE COMMUNICATION AND BRANDING DALAM
PENGELOLAAN CORPORATE IMAGE PT MRT JAKARTA
(PERSERODA)**

Oleh
Nama : Salwa Anindiza Rabbani
NIM : 00000061421
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 20 Juni 2024
Pukul 08.00 s/d 09.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan pengujian sebagai berikut

Ketua Sidang

Penguji


Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404


Hervadi Silvianto, M.Si.
NIDN 0318118301

Pembimbing


Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

Ketua 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 : Nama Lengkap Mahasiswa

NIM : 00000061421

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 CORPORATE COMMUNICATION AND BRANDING DALAM
PENGELOLAAN CORPORATE IMAGE PT MRT JAKARTA
(PERSERODA)**

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 peserta magang/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 13 Juni 2024

Yang menyatakan,



Salwa Anindiza Rabbani

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya peserta magangan laporan magang ini dengan judul:

“PERAN *CORPORATE COMMUNICATION AND BRANDING* DALAM PENGELOLAAN *CORPORATE IMAGE* PT MRT JAKARTA (PERSERODA)”

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:

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. sebagai Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara sekaligus Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
4. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Sidang dan Bapak Heryadi Silvianto, M.Si. selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
5. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

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

Tangerang, 13 Juni 2024



(Salwa Anindiza Rabbani)

**PERAN *CORPORATE COMMUNICATION AND BRANDING*
DALAM PENGELOLAAN *CORPORATE IMAGE* PT MRT
JAKARTA (PERSERODA)**

Salwa Anindiza Rabbani

ABSTRAK

Laporan praktik kerja magang ini dibuat untuk mengevaluasi peran seorang *Corporate Communication and Branding Intern* di PT MRT Jakarta (Perseroda). Dalam laporan ini, peserta magang terlibat dalam berbagai aktivitas dan tugas yang dilakukan oleh seorang *Corporate Communication and Branding Intern*, dengan tujuan membangun citra perusahaan. Selama praktik kerja magang, peserta magang memahami bahwa manajemen konten media sosial, *copywriting*, CSR, dan hubungan dengan komunitas memiliki peran penting dalam pelaksanaan fungsi *Corporate Communication and Branding*. Mengelola konten digital, memproduksi iklan korporat, melakukan aktivitas CSR, hingga berinteraksi dengan komunitas adalah beberapa elemen yang bertujuan mengelola citra perusahaan serta menjaga hubungan baik dengan berbagai pemangku kepentingan.

Kata kunci: *Corporate Communication, Corporate Branding, Corporate Image*

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

***THE ROLE OF CORPORATE COMMUNICATION AND
BRANDING IN MANAGING THE CORPORATE IMAGE OF PT
MRT JAKARTA (PERSERODA)***

Salwa Anindiza Rabbani

ABSTRACT

This internship report is formulated to assess the role of a Corporate Communication and Branding Intern at PT MRT Jakarta (Perseroda). Within this report, the intern is engaged in various activities and tasks typically performed by a Corporate Communication and Branding Intern, with the aim of enhancing the company's image. Throughout the internship, the intern comprehends that managing social media content, copywriting, CSR, and community relations play pivotal roles in the execution of the Corporate Communication and Branding function. Managing digital content, producing corporate advertisements, conducting CSR activities, interacting with communities are some elements aimed at managing the company's image and maintaining positive relationships with various stakeholders.

Keywords: *Corporate Communication, Corporate Branding, Corporate Image*

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
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
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	6
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	7
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	10
2.1 Tentang PT MRT Jakarta (Perseroda)	10
2.2 Struktur Organisasi PT MRT Jakarta (Perseroda)	12
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	16
3.1 Kedudukan dan Koordinasi dalam Kerja Magang	16
3.2 Tugas dalam Kerja Magang	18
3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang	19
3.3.1 Social Media Content	19
3.3.2 Copywriting	32
3.3.3 CSR & Community Relations PT MRT Jakarta (Perseroda)	42

3.3.4 Talent/Model	50
3.3.5 Dubbing & Voice Over	51
3.4 Kendala Utama	52
3.5 Solusi	52
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	53
4.1 Simpulan	53
4.2 Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN	59

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel Tugas Utama Kerja Magang	18
Tabel 3.2 Tabel Tugas Tambahan Kerja Magang.....	19
Tabel 3.3 Waktu Pelaksanaan Magang	19
Tabel 3.4 Waktu Pelaksanaan Social Media Content Harian	27
Tabel 3.5 Waktu Pelaksanaan Social Media Activation TikTok Hari MRT 2024	31
Tabel 3.6 Waktu Pelaksanaan Copywriting Corporate Advertising	37
Tabel 3.7 Naskah Adlibs Radio Festival Hari MRT	38
Tabel 3.8 Naskah Adlibs Radio MRT Mencari Jingle.....	39
Tabel 3.9 Waktu Pelaksanaan Copywriting Radio Ads.....	40
Tabel 3.10 Waktu Pelaksanaan CSR & <i>Community Relations</i>	49

UMMN

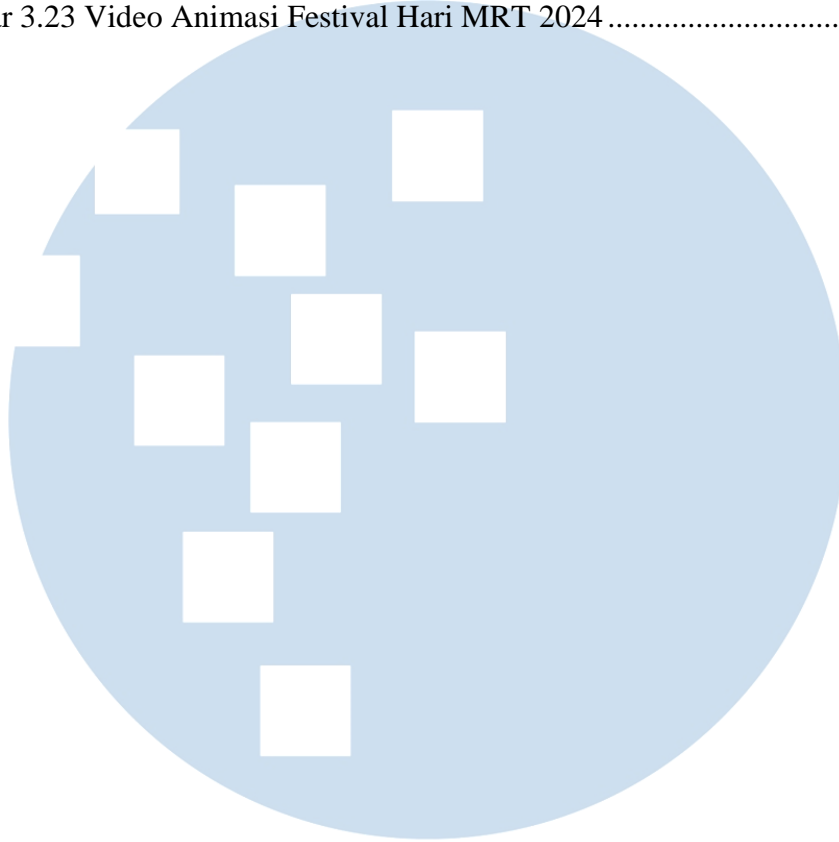
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Potret Kemacetan di DKI Jakarta.....	1
Gambar 1.2 Perkembangan Transportasi DKI Jakarta Januari 2024	3
Gambar 2.1 Logo PT MRT Jakarta (Perseroda)	10
Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT MRT Jakarta (Perseroda).....	13
Gambar 2.3 Corporate Communication and Branding Department	13
Gambar 3.1 Alur Koordinasi Kerja Corporate Communication and Branding Intern (Aktivitas Corporate Communication).....	16
Gambar 3.2 Alur Koordinasi Kerja Corporate Communication and Branding Intern (Aktivitas Content and Corporate Branding)	17
Gambar 3.3 Tangkapan Layar TikTok Editorial PT MRT Jakarta (Perseroda)....	22
Gambar 3.4 Contoh Konten TikTok Edukasi	23
Gambar 3.5 Contoh Konten TikTok Info MRT	24
Gambar 3.6 Contoh Konten TikTok Serba-Serbi	25
Gambar 3.7 Tangkapan Layar Listing Ide Konten TikTok.....	26
Gambar 3.8 Social Media Activation TikTok @mrtjkt	29
Gambar 3.9 Social Media & Digital Activation TikTok @mrtjkt	30
Gambar 3.10 Social Media & Digital Activation TikTok @mrtjkt	31
Gambar 3.11 PESO Model.....	32
Gambar 3.12 Empat Pilar Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan PT MRT Jakarta (Perseroda)	34
Gambar 3.13 <i>Tabel Storyline Corporate Advertising Water Treatment Istora Mandiri</i>	35
Gambar 3.14 <i>Tabel Storyline Corporate Advertising Operasi Bersih</i>	36
Gambar 3.15 Tabel Pembelian Spot Iklan Radio.....	40
Gambar 3.16 Foto Bersama Sukarelawan Gerakan MRT Bersih	42
Gambar 3.17 Poster Sustainability Talkshow	43
Gambar 3.18 Terms of Reference (TOR) Gerakan MRT Bersih.....	45
Gambar 3.19 Perjalanan Kegiatan Edisi Hari MRT 2024.....	46
Gambar 3.20 Rundown Gerakan MRT Bersih.....	47
Gambar 3.21 Laporan <i>Repick up Event Festival Hari MRT 2024</i>	48

Gambar 3.22 Promosi MRT Mencari Jingle 50

Gambar 3.23 Video Animasi Festival Hari MRT 2024 51



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A: <i>Curriculum Vitae</i>	59
Lampiran B: <i>Surat Jawaban Magang</i>	61
Lampiran C: <i>Surat Pengantar MBKM (MBKM 01)</i>	62
Lampiran D: <i>Kartu MBKM (MBKM 02)</i>	63
Lampiran E: <i>Daily Task Magang (MBKM 03)</i>	64
Lampiran F: <i>Lembar Verifikasi Laporan MBKM Magang (MBKM 04)</i>	75
Lampiran G: <i>Formulir Konsultasi Magang</i>	76
Lampiran H: <i>Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin</i>	77

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA