

**PERAN *CORPORATE COMMUNICATION INTERNSHIP*
DALAM MENGEMBANGKAN DAN MEMPERTAHANKAN
BRANDING PERUSAHAAN**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

YOHANES GOVINDA AGAROTA

00000070005

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
BISNIS MANAJEMEN
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**PERAN *CORPORATE COMMUNICATION INTERNSHIP*
DALAM MENGEMBANGKAN DAN MEMPERTAHANKAN
BRANDING PERUSAHAAN**



LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

YOHANES GOVINDA AGAROTA

00000070005

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

BISNIS MANAJEMEN

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

ii

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Yohanes Govinda Agarota

Nomor Induk Mahasiswa : 00000070005

Program studi : Manajemen

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

**PERAN *CORPORATE COMMUNICATION INTERNSHIP* DALAM
MENGEMBANGKAN DAN MEMPERTAHANKAN *BRANDING*
PERUSAHAAN**

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, 3 Juli 2025



(Yohanes Govinda Agarota)

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan MBKM dengan judul
**PERAN *CORPORATE COMMUNICATION INTERNSHIP* DALAM
MENGEMBANGKAN DAN MEMPERTAHANKAN *BRANDING*
PERUSAHAAN**

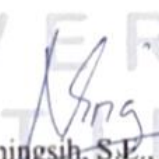
Oleh
Nama : Yohanes Govinda Agarota
NIM : 00000070005
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis Manajemen

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Magang MBKM Universitas Multimedia Nusantara

Pembimbing


Elissa Dwi Lestari, S.Sos., M.S.M
0306088501

Ketua Program Studi Manajemen


Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O.
NIDN: 0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul

PERAN *CORPORATE COMMUNICATION* INTERNSHIP DALAM MENGEMBANGKAN DAN MEMPERTAHANKAN *BRANDING* PERUSAHAAN

Oleh

Nama : Yohanes Govinda Agarota

NIM : 00000070005

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis Manajemen

Telah diujikan pada hari Selasa, 8 Juli 2025

Pukul 15.00 s/d 16.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing



Elissa Dwi Lestari, S.Sos., M.S.M
0306088501

Penguji



Ir. Arief Iswariyadi, M.Sc., Ph.D
0316026404

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O.
NIDN: 0323047801

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Yohanes Govinda Agarota

NIM : 00000070005

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis Manajemen

Jenis Karya : Laporan MBKM

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 INTERNSHIP* DALAM MENGEMBANGKAN DAN MEMPERTAHANKAN *BRANDING* PERUSAHAAN

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalty 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, 3 Juli 2025

Yang menyatakan,



(Yohanes Govinda Agarota)

KATA PENGANTAR

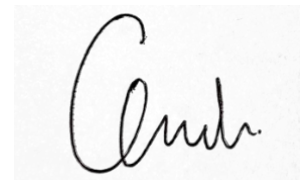
Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan MBKM ini dengan judul: **“PERAN *CORPORATE COMMUNICATION INTERNSHIP* DALAM MENGEMBANGKAN DAN MEMPERTAHANKAN *BRANDING* PERUSAHAAN”** dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Strata 1 Jurusan Manajemen Pada Fakultas Bisnis Universitas 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. Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Prof. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Elissa Dwi Lestari, S.Sos., M.S.M., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Bapak Aan Susanto, sebagai *Manager Corporate Communication* yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Bapak Zulfadli Siadik, sebagai *Staff Corporate Communication* yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi pendukung dalam melaksanakan praktik di lapangan.
7. Bapak Darry Trijaya, sebagai *Staff Corporate Communication* yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi pendukung dalam melaksanakan praktik di lapangan.

8. Bapak Mochamad Birama, sebagai *Staff Corporate Communication* yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi pendukung dalam melaksanakan praktik di lapangan.
9. Kepada Perusahaan PT. Adhi Karya (Persero) Tbk, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk melaksanakan praktik kerja magang pada perusahaan.
10. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini..

Semoga karya ilmiah ini dapat terkumpul dengan baik dan menjadi berkat serta manfaat bagi pembacanya.

Tangerang, 3 Juli 2025



Yohanes Govinda Agarota

PERAN *CORPORATE COMMUNICATION INTERNSHIP* DALAM MENGEMBANGKAN DAN MEMPERTAHANKAN *BRANDING* PERUSAHAAN

(Yohanes Govinda Agarota)

ABSTRAK

PT Adhi Karya (Persero) Tbk merupakan perusahaan BUMN Karya yang bergerak di bidang konstruksi. PT Adhi Karya (Persero) Tbk menjadi salah satu perusahaan BUMN Karya yang memiliki berbagai penghargaan dan menjadi salah satu perusahaan terbaik dalam penerapan ESG. Kegiatan kerja magang ini memiliki tujuan untuk mengetahui peran, cara bekerja, dan mempelajari lebih dalam mengenai penerapan strategi marketing komunikasi pada strategi komunikasi korporat. Penempatan magang penulis berada di kantor pusat PT Adhi Karya (Persero) Tbk, Adhi Tower, sebagai staf magang *corporate secretary* pada biro *corporate communication* yang memiliki penugasan dalam membantu menjaga dan meningkatkan *branding* perusahaan melalui komunikasi, baik secara internal maupun eksternal. Penulis menggunakan mata kuliah pada *branding management*, *digital marketing* dan *integrated marketing communication plan* sebagai bahan perbandingan mata kuliah dengan penerapan pada dunia kerja. Dalam melaksanakan magang, penulis menemukan kendala seperti minimnya akses dokumentasi internal, namun hal tersebut dapat teratasi dengan koordinasi dan komunikasi yang baik kepada staf mentor. Di luar dari kendala yang ditemukan, penulis telah melakukan pekerjaan magang lebih dari 640 jam dan merasakan bahwa pentingnya strategi komunikasi yang tepat untuk menjaga dan meningkatkan *branding* perusahaan.

Kata kunci: Komunikasi Korporat, Magang Komunikasi Korporat, *Branding* Korporat

THE ROLE OF CORPORATE COMMUNICATION INTERNSHIP IN DEVELOPING AND MAINTAINING COMPANY BRANDING

(Yohanes Govinda Agarota)

ABSTRACT (English)

PT Adhi Karya (Persero) Tbk. is a state-owned enterprise (BUMN Karya) engaged in the construction sector. It is recognized as one of the leading BUMN Karya companies with various awards and strong performance in implementing Environmental, Social, and Governance (ESG) principles. This internship program aimed to provide insights into the roles, workflows, and strategic implementation of marketing communication within corporate communication strategies. The internship placement was located at the company's headquarters, ADHI Tower, under the Corporate Secretary Division, specifically in the Corporate Communication Bureau. The intern was assigned to support activities that help maintain and enhance the company's branding through both internal and external communications. Academic courses such as Branding Management, Digital Marketing, and Integrated Marketing Communication Plan were used as comparative frameworks to evaluate their real-world applications. During the internship, the intern faced challenges such as limited access to internal documentation; however, this was overcome through effective coordination and communication with the assigned mentor. Despite the challenges, the intern completed over 640 working hours and concluded that strategic corporate communication plays a vital role in maintaining and strengthening the company's brand image.

Keywords: *Corporate Communication, Corporate Communication Intern, Corporate Branding*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT (English)</i>	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	
PENDAHULUAN	1
Latar Belakang	1
Maksud dan Tujuan Kerja Magang	2
Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	3
BAB II	
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	5
Sejarah Singkat Perusahaan	5
Visi Misi	9
Struktur Organisasi Perusahaan	10
BAB III	
PELAKSANAAN KERJA MAGANG	13
Kedudukan dan Koordinasi	13
Tugas dan Uraian Kerja Magang	15
Kendala yang Ditemukan	41
Solusi atas Kendala yang Ditemukan	42

BAB IV	
SIMPULAN DAN SARAN	44
Simpulan	44
Saran	45
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN	48

DAFTAR TABEL

Tabel 3.2. 1 Struktur Koordinasi Kerja	18
Tabel 3.3.2 Tautan Hasil Konten	31
Tabel 3.2.3 Tautan Hasil Video Visual.....	33
Tabel 3.2.4 Tautan Hasil Video Teaser	36
Tabel 3.2.5 Tautan Hasil Video Podcast	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo PT Adhi Karya (Persero) Tbk	8
Gambar 2. Kolase Proyek Urban Development yang Dikerjakan oleh ADHI	9
Gambar 3. Lini bisnis anak perusahaan ADHI	10
Gambar 4. Adhi Tower sebagai kantor pusat dan lokasi magang	11
Gambar 5. Struktur Organisasi PT Adhi Karya (Persero) Tbk	12
Gambar 6. Struktur Organisasi Corporate Secretary PT Adhi Karya (Persero) Tbk	14
Gambar 7. Struktur Koordinasi Kerja	17
Gambar 8. Pembuatan Ucapan Ulang Tahun BUMN	23
Gambar 9. Pembuatan Ucapan Hari Besar	25
Gambar 10. Hasil Pembuatan Video Iklan	26
Gambar 11. Dokumentasi RUPST 2024	27
Gambar 12. Proses Unggah File Dokumentasi	28
Gambar 13 Dokumentasi Penulis Ketika Kegiatan RUPS	29
Gambar 14. Proses Pembuatan Konten Mudik Bersama BUMN	30
Gambar 15. Hasil Konten Dokumentasi Peresmian Bandara Terminal 2F Umroh/Haji	30
Gambar 16. Hasil Visual untuk Kelancaran Event ADHI	32
Gambar 17. Hasil Visual Indonesia Raya	32
Gambar 18. Hasil Visual Mars ADHI	33
Gambar 19. Hasil Pembuatan StoryBoard Video Ucapan Hari Raya	34
Gambar 20. Kegiatan Shooting Video ucapan Hari Raya Lebaran	35
Gambar 21. Dashboard Pengisian Agenda Setting BUMN	37
Gambar 22. Hasil Pembuatan ADHI Legacy	38
Gambar 23. Pelaksanaan Produksi Podcast BIKONS	39
Gambar 24 Proses Pembuatan Video Promosi Podcast BIKONS	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Surat Pengantar MBKM (MBKM 01).....	49
Lampiran B. Kartu MBKM (MBKM 02)	50
Lampiran C. Daily Task Kewirausahaan (MBKM 03)	51
Lampiran D. Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04)	72
Lampiran E. Surat Penerimaan MBKM (LOA).....	73
Lampiran F Pengecekan Hasil Turnitin	74
Lampiran G. Dokumentasi Kegiatan MBKM.....	79