

**AKTIVITAS *DIRECT MARKETING* DALAM LAYANAN
OPERASI MODIFIKASI CUACA (OMC) DAN WATER
BOMBING DI PT. BUANA SAKTI DIRGANTARA**



LAPORAN MAGANG

MUHAMMAD ARIE FAHREZA

00000077623

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**AKTIVITAS *DIRECT MARKETING* DALAM LAYANAN
OPERASI MODIFIKASI CUACA (OMC) DAN WATER
BOMBING DI PT. BUANA SAKTI DIRGANTARA**



LAPORAN MAGANG

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

MUHAMMAD ARIE FAHREZA

00000077623

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

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Muhammad Arie Fahreza

Nomor Induk Mahasiswa : 00000077623

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Laporan Magang dengan judul:

AKTIVITAS *DIRECT MARKETING* DALAM LAYANAN OPERASI MODIFIKASI CUACA (OMC) DAN *WATER BOMBING* DI PT. BUANA SAKTI DIRGANTARA

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 Magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 23 Juni 2025



Muhammad Arie Fahreza

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**AKTIVITAS *DIRECT MARKETING* DALAM LAYANAN
OPERASI MODIFIKASI CUACA (OMC) DAN WATER
BOMBING DI PT. BUANA SAKTI DIRGANTARA**

Oleh

Nama : Muhammad Arie Fahreza
NIM : 00000077623
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari rabu, 16 Juli 2025
Pukul 09.00 s.d 10.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Digitally signed by Eko Hadi
Saputro
Reason: I am approving this
document
Location: Universitas
Multimedia Nusantara
Date: 2025-07-22
09:55+07:00

C. Eko Saputro, SE., MM.
NIDN 0303056102

Penguji



Date:
2025.07.2
2 08:54:26
+07'00'

Dr. Tangguh Okta Wibowo, S.Hum., M.A.
NIDN 0320109004

Pembimbing



Digitally signed by Eko Hadi
Saputro
Reason: I am approving this
document
Location: Universitas
Multimedia Nusantara
Date: 2025-07-22 09:55+07:00

C. Eko Saputro, SE., MM.
NIDN 0303056102

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Digitally signed by
Cendera Rizky
Anugrah Bangun
Date: 2025.07.23
17:19:17 +07'00'

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 : Muhammad Arie Fahreza

NIM : 00000077623

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 *DIRECT MARKETING* DALAM LAYANAN OPERASI MODIFIKASI CUACA (OMC) DAN WATER BOMBING DI PT. BUANA SAKTI DIRGANTARA

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

Tangerang, 23 Juni 2025

Yang menyatakan,



Muhammad Arie Fahreza

KATA PENGANTAR

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

“AKTIVITAS *DIRECT MARKETING* DALAM LAYANAN OPERASI MODIFIKASI CUACA (OMC) DAN *WATER BOMBING* DI PT. BUANA SAKTI DIRGANTARA” 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 sepenuhnya bahwa laporan magang ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, baik selama masa studi maupun proses penyusunannya. Oleh karena itu, saya menyampaikan terima kasih kepada:

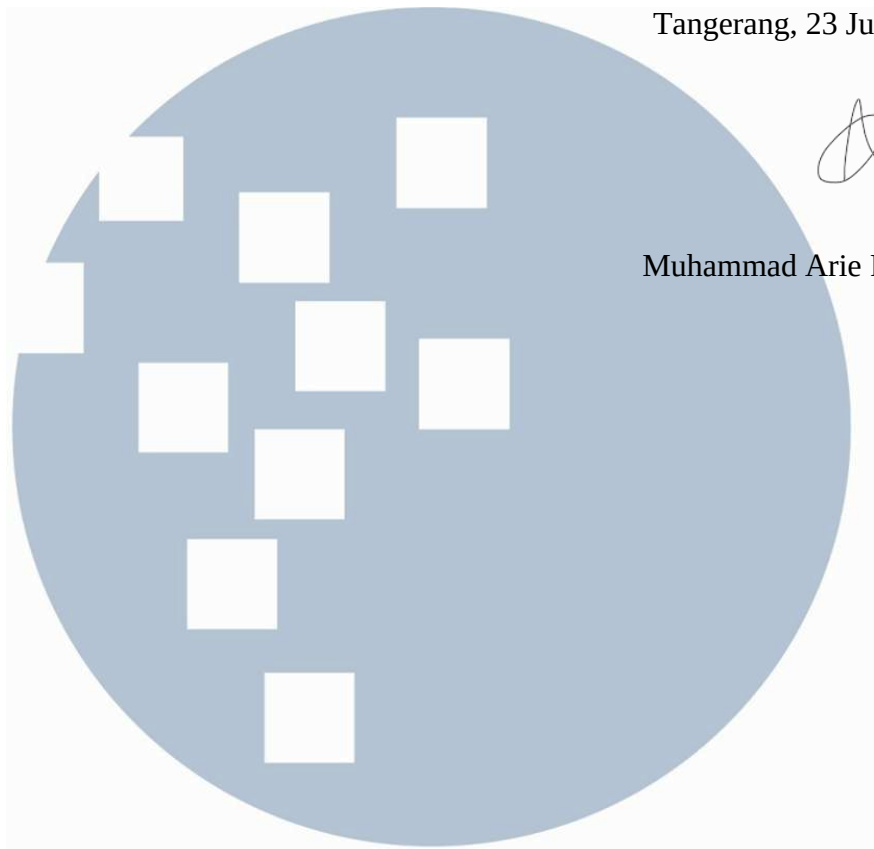
1. Bapak Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara
4. Bapak C. Eko Saputro, S.E., M.M., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Bapak/Ibu Dosen selaku Ketua Sidang dan Bapak/Ibu Dosen selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
6. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral

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

Tangerang, 23 Juni 2025



Muhammad Arie Fahreza



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

AKTIVITAS *DIRECT MARKETING* DALAM LAYANAN OPERASI MODIFIKASI CUACA (OMC) DAN *WATER BOMBING* DI PT. BUANA SAKTI DIRGANTARA

Muhammad Arie Fahreza

ABSTRAK

Laporan ini disusun berdasarkan kegiatan magang yang dilakukan di PT. Buana Sakti Dirgantara di divisi *Marketing Communications*, yang sejalan dengan latar belakang penulis sebagai mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi. Tujuan dari kegiatan magang ini adalah untuk memperoleh pengalaman langsung dalam dunia kerja serta memahami proses komunikasi pemasaran khususnya dalam konteks layanan bencana. PT. Buana Sakti Dirgantara merupakan perusahaan swasta yang bergerak di bidang layanan Operasi Modifikasi Cuaca (OMC) dan *water bombing* dalam upaya penanggulangan kebakaran hutan dan lahan. Selama periode magang berlangsung, penulis terlibat dalam kegiatan yang berkaitan dengan komunikasi *direct marketing* seperti penyusunan surat penawaran, komunikasi personal melalui media pesan digital, koordinasi dengan konsumen pemerintah maupun swasta (seperti BNPB dan Sinarmas Forestry), serta mendukung pengelolaan informasi perusahaan melalui media pendukung seperti email dan *website*, serta konten LPSE dan e-katalog pemerintah. Konsep utama dalam kegiatan magang ini adalah penerapan strategi *direct marketing* yang dilakukan secara personal, terarah, dan bersifat dua arah sebagai bagian dari upaya membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen. Tantangan utama selama magang adalah memahami kompleksitas industri penerbangan khusus untuk penanggulangan bencana, serta menyesuaikan strategi komunikasi dengan kebutuhan otoritas pemerintah dan swasta. Hasil dari kegiatan ini menunjukkan bahwa praktik *direct marketing* di PT. Buana Sakti Dirgantara berperan penting dalam efektivitas komunikasi bisnis dan keberhasilan negosiasi kerja sama operasional.

Kata kunci: *Marketing Communication, Direct Marketing, Operasi Modifikasi Cuaca (OMC), Water Bombing*

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

AKTIVITAS DIRECT MARKETING DALAM LAYANAN OPERASI MODIFIKASI CUACA (OMC) DAN WATER BOMBING DI PT. BUANA SAKTI DIRGANTARA

Muhammad Arie Fahreza

ABSTRACT

This report is based on an internship program conducted at PT. Buana Sakti Dirgantara in the Marketing Communications division, aligned with the author's academic background as a Communication Studies student. The objective of this internship was to gain hands-on experience in the professional work environment and to understand marketing communication processes, particularly in the context of disaster-related services. PT. Buana Sakti Dirgantara is a private company engaged in Weather Modification Operations (OMC) and water bombing services as part of efforts to control forest and land fires. Throughout the internship period, the author was involved in various direct marketing activities such as drafting proposal letters, conducting personal communication through digital messaging platforms, coordinating with both governmental and private partners (such as BNPB and Sinarmas Forestry), and supporting company information management through channels like email and the official website. The core concept applied during the internship was the implementation of direct marketing strategies that are personalized, targeted, and two-way in nature, aimed at building long-term relationships with clients. The main challenge during the internship was understanding the complexity of the aviation industry, particularly in disaster management operations, as well as adjusting communication strategies to suit the needs of both public and private authorities. The results of this internship indicate that direct marketing practices at PT. Buana Sakti Dirgantara play a significant role in the effectiveness of business communication and the success of operational cooperation negotiations.

Keywords: *Marketing Communication, Direct Marketing, Operasi Modifikasi Cuaca (OMC), Water Bombing*

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 TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang	9
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	10
1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang	10
1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang.....	10
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	12
2.1 Tentang PT. Buana Sakti Dirgantara.....	12
2.2 Visi Misi Perusahaan.....	16
2.3 Nilai Perusahaan.....	16
2.4 Struktur Organisasi Perusahaan.....	18
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	23

3.1	Kedudukan dalam Kerja Magang.....	23
3.2	Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang.....	23
3.2.1	Tugas Kerja Magang.....	24
3.2.2	Uraian Pelaksanaan Kerja Magang.....	26
3.2.3	Kendala Utama.....	54
3.2.4	Solusi.....	54
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN		56
4.1	Simpulan.....	56
4.2	Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA.....		58
LAMPIRAN.....		60



DAFTAR TABEL

2.1	<i>Job desk marketing communication</i>	28
2.2	Penempatan <i>intern</i> dalam magang	29



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Proses Operasi Modifikasi Cuaca (OMC).....	4
Gambar 1.2 Proses <i>water bombing</i>	5
Gambar 1.3 Data kebakaran karhutla di Indonesia	6
Gambar 2.1 Logo perusahaan	12
Gambar 2.2 Logo perusahaan	13
Gambar 2.3 Kegiatan <i>water bombing</i> perusahaan	14
Gambar 2.4 Kegiatan Operasi Modifikasi Cuaca (OMC).....	15
Gambar 2.5 Nilai perusahaan.....	16
Gambar 2.6 Struktur organisasi perusahaan.....	18
Gambar 2.7 Struktur organisasi perusahaan (penempatan <i>intern</i>).....	19
Gambar 3.1 Total harga perhitungan sewa pesawat.....	30
Gambar 3.2 (draft) surat penawaran <i>water bombing</i> ke Sinarmas Forestry	33
Gambar 3.3 Revisi surat penawaran <i>water bombing</i> ke Sinarmas Forestry	35
Gambar 3.4 Radar cuaca harian di Indonesia.....	37
Gambar 3.5 Laporan cuaca di Indonesia 21 - 28 Februari 2025.....	38
Gambar 3.6 Daftar Operasi Modifikasi Cuaca (OMC) di e-catalog.....	39
Gambar 3.7 Daftar Operasi Modifikasi Cuaca (OMC) di e-catalog.....	39
Gambar 3.8 Hasil laporan daftar Operasi Modifikasi Cuaca (OMC) di e-catalog.....	41
Gambar 3.9 Hasil laporan daftar Operasi Modifikasi Cuaca (OMC) di e-catalog.....	42
Gambar 3.10 Hasil laporan daftar Operasi Modifikasi Cuaca (OMC) di e-catalog.....	42
Gambar 3.11 Hasil laporan daftar Operasi Modifikasi Cuaca (OMC) di e-catalog.....	43

Gambar 3.12 Hasil laporan daftar Operasi Modifikasi Cuaca (OMC) di e-catalog	43
Gambar 3.13 Hasil laporan peta kondisi Karhutla di Indonesia 19 Maret (2025)	44
Gambar 3.14 Hasil laporan peta kondisi Karhutla di Indonesia 20 Maret (2025)	45
Gambar 3.15 Hasil laporan peta kondisi Karhutla di Indonesia 21 Maret (2025)	46
Gambar 3.16 Hasil laporan peta kondisi Karhutla di Indonesia 22 Maret (2025)	46
Gambar 3.17 Hasil laporan peta kondisi Karhutla di Indonesia 23 Maret (2025)	47
Gambar 3.18 Hasil laporan peta kondisi Karhutla di Indonesia 24 Maret (2025)	48
Gambar 3.19 Hasil laporan peta kondisi Karhutla di Indonesia 25 Maret (2025)	48
Gambar 3.20 Hasil laporan peta kondisi Karhutla di Indonesia 26 Maret (2025)	49
Gambar 3.21 Surat pengajuan dari Gubernur Riau kepada BNPB (2025)	51
Gambar 3.22 Surat ajakan dari BNPB perihal pengajuan dari Gubernur Riau (2025)	51
Gambar 3.23 Kegiatan meeting dengan BNPB, Gubernur Riau, dan pemerintah (2025)	52

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 LAMPIRAN

Lampiran 1 surat pengantar MBKM (MBKM 01).....	61
Lampiran 1 surat MBKM (MBKM 02)	62
Lampiran <i>daily task</i> MBKM (MBKM 03).....	63
Lampiran form bimbingan internship	64
Lampiran verifikasi laporan MBKM kewirausahaan.....	65
Lampiran surat penerimaan MBKM (LoA)	66
Lampiran hasil turnitin.....	67

