

**AKTIVITAS MARKETING COMMUNICATION DI
PT DYANDRA PROMOSINDO**



LAPORAN MAGANG

NAFISAH NAJLA NISRINA

00000087654

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

**AKTIVITAS MARKETING COMMUNICATION DI
PT DYANDRA PROMOSINDO**



LAPORAN MAGANG

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

NAFISAH NAJLA NISRINA

00000087654

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Nafisah Najla Nisrina

Nomor Induk Mahasiswa : 00000087654

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : Strata 1 (S-1)

Laporan Magang dengan judul:

AKTIVITAS MARKETING COMMUNICATION DI PT DYANDRA PROMOSINDO

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 Mata Kuliah Magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 1 Juli 2025



Digital Materai Rp 10.000,00

<https://e-meterai.co.id/>

(Nafisah Najla Nisrina)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
**AKTIVITAS MARKETING COMMUNICATION DI
PT DYANDRA PROMOSINDO**

Oleh

Nama : Nafisah Najla Nisrina

NIM : 00000087654

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Jumat, 18 Juli 2025

Pukul 14.00 s.d 15.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Inco Hary Perdana
NIDN 0308117706

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

Pembimbing

Inco Hary Perdana
NIDN 0308117706

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nafisah Najla Nisrina

NIM : 00000087654

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 MARKETING COMMUNICATION DI PT DYANDRA PROMOSINDO

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, 1 Juli 2025

Yang menyatakan,



(Nafisah Najla Nisrina)

KATA PENGANTAR

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

AKTIVITAS MARKETING COMMUNICATION DI PT DYANDRA PROMOSINDO 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:

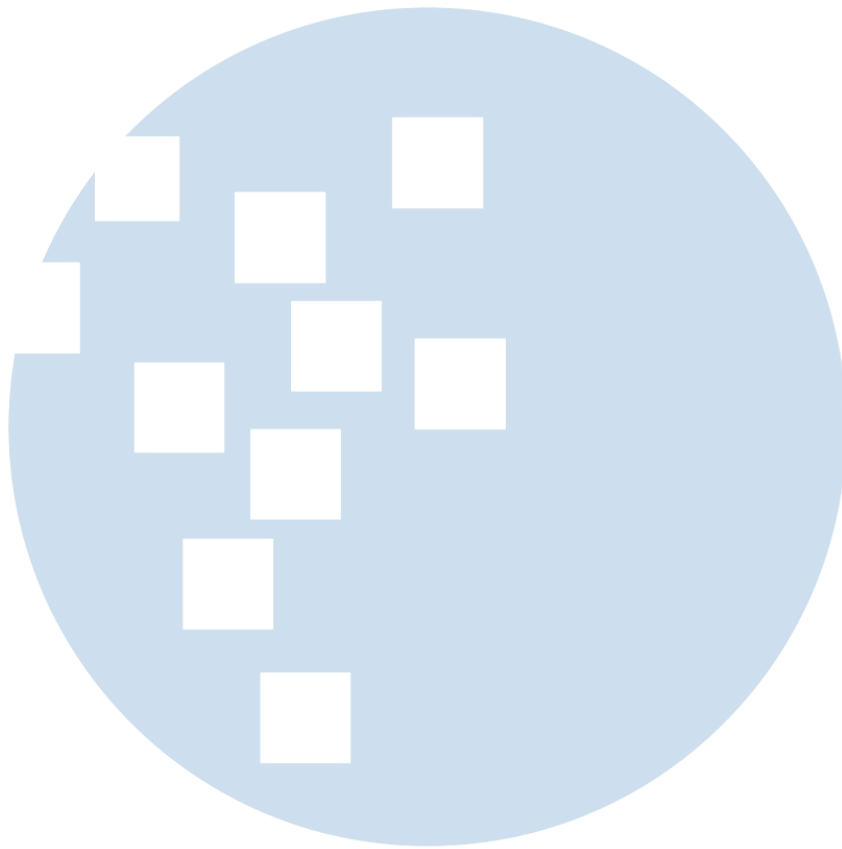
1. Bapak Dr. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Inco Hary Perdana sebagai Pembimbing pertama 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, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Teman-teman saya yang telah menjadi penyemangat dalam mengerjakan laporan ini.

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

Tangerang, 1 Juli 2025



(Nafisah Najla Nisrina)



UMN

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

PERAN MARKETING COMMUNICATION DI PT DYANDRA PROMOSINDO

Nafisah Najla Nisrina

ABSTRAK

Latar Belakang pemilihan tempat magang adalah karena Dyandra Promosindo merupakan salah satu *event* organizer terbesar di Indonesia yang bergerak di industri MICE. Magang di perusahaan ini memberikan pengalaman langsung dalam strategi marketing communication, khususnya dalam pengelolaan media sosial dan kerja sama dengan media partner, yang menjadi aspek penting dalam penyelenggaraan *event*. **Tujuan** dari kerja magang ini adalah untuk mengimplementasikan konsep *marketing communication* dan *social media marketing* pada perusahaan tempat kerja magang. **Perusahaan** yang menjadi tempat kerja magang adalah sebuah *event* organizer yaitu Dyandra Promosindo yang merupakan bagian dari group Kompas Gramedia. **Posisi** yang dipilih dalam aktivitas magang adalah Marketing Communication. **Deskripsi pekerjaan** marketing communication adalah membuat referensi design dan *caption* untuk materi media sosial dan juga menawarkan kerja sama kepada media partner yang sekiranya sejalan dengan *event* yang akan diselenggarakan. **Konsep** yang digunakan dalam laporan magang ini adalah konsep yang berkaitan dengan *Social Media and Mobile Marketing* serta *Public Relations*. **Kendala utama** dalam proses kerja magang adalah terdapat proses persetujuan yang cukup panjang sebelum suatu materi bisa dipublikasikan, yang bisa menghambat kecepatan komunikasi. Setelah dilakukan aktivitas magang selama 640 jam kerja, didapatkan **kesimpulan** bahwa mahasiswa mampu mengintegrasikan teori dengan praktik dalam bidang *strategic communication*, khususnya dalam pengelolaan media sosial, kerja sama dengan *media partner*, serta pelaksanaan *event* berskala nasional seperti IPA Convex 2025. Pengalaman ini mencerminkan penerapan materi dari mata kuliah *Strategic Communication*, *Social Media & Mobile Marketing*, serta *Special Event & Brand Activation*.

Kata kunci: <<komunikasi>>, <<marketing>>, <<social media>>, <<media partner>>.

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

PERAN MARKETING COMMUNICATION DI PT DYANDRA PROMOSINDO

Nafisah Najla Nisrina

ABSTRACT

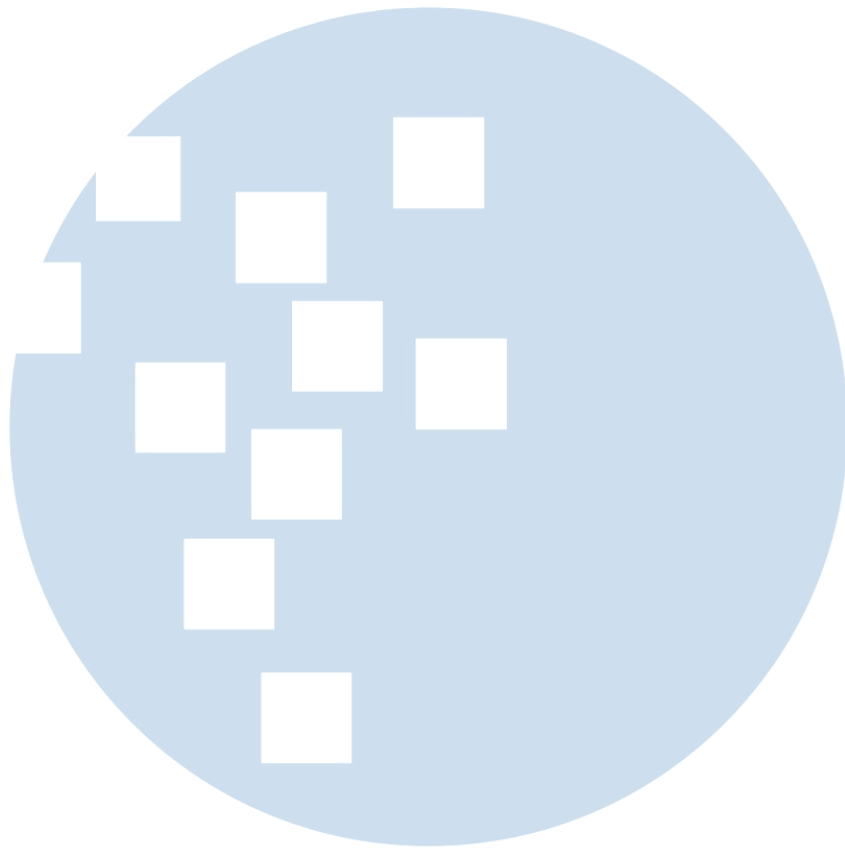
The background for choosing this internship placement is that Dyandra Promosindo is one of the largest event organizers in Indonesia, operating in the MICE industry. Interning at this company provides direct experience in marketing communication strategies, particularly in social media management and collaboration with media partners, which are essential aspects of event organization. *The purpose* of this internship is to implement the concept of marketing communication and social media marketing in the company where the internship is. *The company* where the internship is located is an event organizer, namely Dyandra Promosindo which is an event organizer that is part of the same group as Kompas Gramedia. *The position* chosen in the internship activity is a marketing communication. *The job description* of a marketing communication is creating design references and captions for social media materials, as well as offering collaborations to media partners that align with the upcoming event. *The concept* used in this internship report are related to Social Media and Mobile Marketing as well as Public Relations. *The main obstacle* in the internship process is that there is a fairly long approval process before any material can be published, which may slow down communication speed. After conducting an internship for a 640 working hours, it was **concluded** that the student successfully integrated theoretical knowledge with practical experience in strategic communication, particularly in social media management, media partnership collaboration, and the execution of national-scale events such as IPA Convex 2025. This experience reflects the application of concepts from Strategic Communication, Social Media & Mobile Marketing, and Special Event & Brand Activation courses.

Keywords: <<communication>>, <<marketing>>, <<social media>>, <<media partner>>.

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
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
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
BAB II PERUSAHAAN PT DYANDRA PROMOSINDO	8
2.1 Tentang PT Dyandra Promosindo	8
2.2 Visi Misi PT Dyandra Promosindo	8
2.3 Struktur Organisasi PT Dyandra Promosindo	9
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	12
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang	12
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang	12
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	30
4.1 Simpulan	30
4.2 Saran	31
DAFTAR PUSTAKA	33

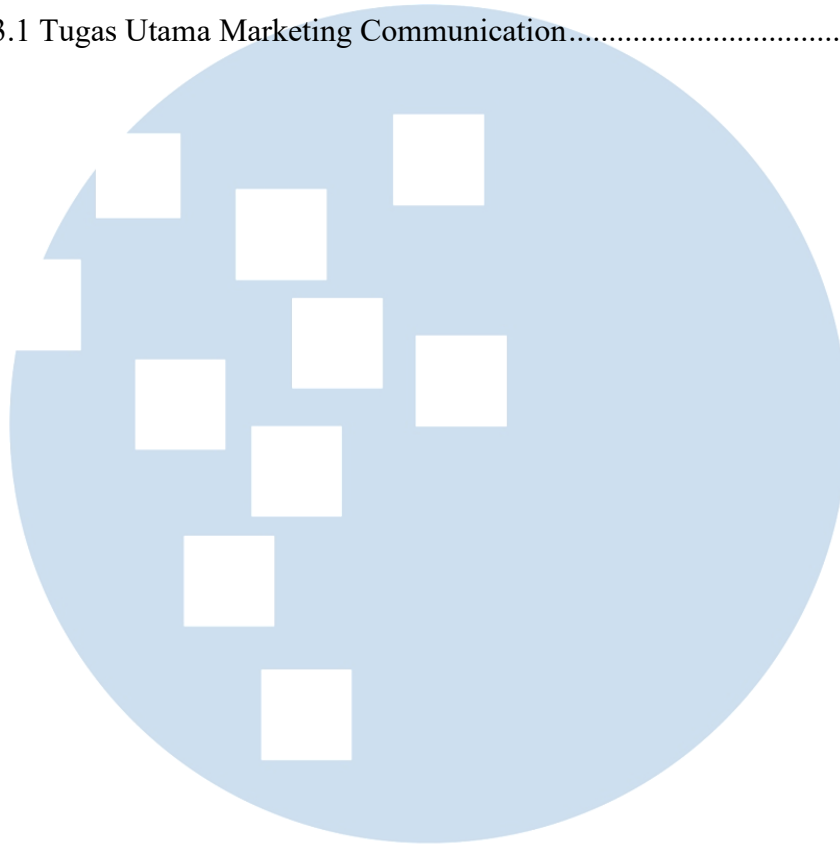


UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tugas Utama Marketing Communication.....	13
--	----



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo PT Dyandra Promosindo.....	8
Gambar 2.2 Struktur Organisasi PT Dyandra Promosindo.....	9
Gambar 2.3 Struktur Departemen Marketing Communication.....	10
Gambar 3.1 Master Check List Media Partner.....	15
Gambar 3.2 Bukti Tayang Media Partner	16
Gambar 3.3 RF Design Konten Hari Besar Juni	22

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Pengantar MBKM (MBKM 01).....	36
Lampiran B Kartu MBKM (MBKM 02)	37
Lampiran C Daily Task (MBKM 03).....	38
Lampiran D Formulir Bimbingan Magang	64
Lampiran E Verifikasi Laporan Magang	65
Lampiran F Surat Penerimaan MBKM (LoA)	66

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA