

**PERAN COMMUNICATION EXECUTIVE INTERN
PT VERO PUBLIC RELATIONS**



LAPORAN MAGANG

JOCELINE STEPHANI

00000071032

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

2025

**PERAN COMMUNICATION EXECUTIVE INTERN
PT VERO PUBLIC RELATIONS**



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

JOCELINE STEPHANI

00000071032

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

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Joceline Stephani

Nomor Induk Mahasiswa : 00000071032

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : Strata 1 (S-1)

Laporan Magang dengan judul:

PERAN COMMUNICATION EXECUTIVE INTERN PT VERO PUBLIC RELATIONS

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, 19 Juli 2025



(Joceline Stephani)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul
PERAN COMMUNICATION EXECUTIVE INTERN
PT VERO PUBLIC RELATIONS

Oleh
Nama : Joceline Stephani
NIM : 00000071032
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Sabtu, 19 Juli 2025
Pukul 08.00 s.d 09.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Inco Hary Perdana
NIDN 0308117706

Silvanus Alvin, S. I. Kom., M.A.
NIDN 0309109001

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 : Joceline Stephani

NIM : 00000071032

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 COMMUNICATION EXECUTIVE INTERN PT VERO PUBLIC RELATIONS

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, 19 Juli 2025

Yang menyatakan,


(Joceline Stephani)

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

KATA PENGANTAR

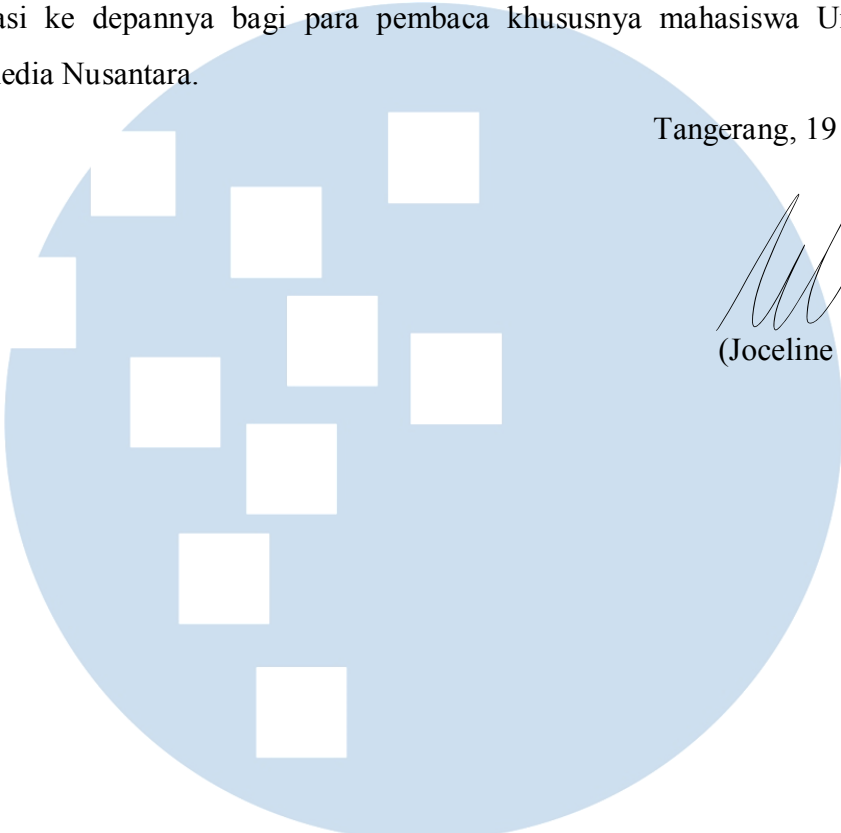
Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul:

“PERAN COMMUNICATION EXECUTIVE INTERN PT VERO PUBLIC RELATIONS” 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, terkhususnya Giovani Anggasta selaku kakak saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Michelle Lie, Christien Margareth, Dzikri Sabillah Anwar, dan Rachel sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan magang ini.
8. Kepada Fredericko Kurniawan dan Charlene Anthea yang telah mendampingi serta memberikan dukungan sejak awal program magang hingga terselesaikannya laporan magang ini.

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

Tangerang, 19 Juli 2025



Joceline Setphani
(Joceline Setphani)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**PERAN COMMUNICATION EXECUTIVE INTERN
PT VERO PUBLIC RELATIONS**

Joceline Stephani

ABSTRAK

Latar belakang pemilihan tempat magang ini adalah perkembangan pesat industri public relations di era digital yang mengubah cara organisasi berkomunikasi dengan publiknya. Tujuan kerja magang ini adalah memahami peran communication Executive di agensi public relations dan mengimplementasikan konsep Account Planning & Management serta Marketing for Public Relations yang dipelajari di kampus. Tempat kerja magang adalah PT Vero Public Relations dengan posisi sebagai Communication Executive Intern di Divisi Brand Communications, di bawah bimbingan Communication Executive. Tugas utama mencakup penyusunan Request for Proposal (RFP), Social Media Management, Event Management, dan penyusunan Campaign Report. Konsep yang digunakan dalam laporan magang ini meliputi Request for Proposal menurut Smudde (2023), pengelolaan kampanye media sosial menurut Tench & Waddington (2020) dan Quesenberry (2018), Media Relations dan Monitoring Coverage menurut Brunner (2019) dan Luttrell & Capizzo (2020), serta penyusunan Campaign Report sebagai bentuk evaluasi efektivitas komunikasi menurut Gregory (2015) dan Smith (2020). Konsep pendukung lainnya adalah Content Calendar menurut Kim (2020) dan tahapan evaluasi digital campaign seperti engagement, reach, dan impact menurut Luttrell & Capizzo (2020). Kendala utama selama magang adalah kurangnya materi kuliah yang relevan langsung dengan praktik agensi, terutama terkait peran Communication Executive pada agensi public relations. Setelah magang selama delapan puluh hari, disimpulkan bahwa peran Communication Executive sangat penting sebagai penghubung antara klien dan tim internal dalam memastikan kelancaran strategi komunikasi sebuah brand.

Kata kunci: Agensi public relations, Communication Executive Intern, Campaign.

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

THE ROLE OF COMMUNICATION EXECUTIVE INTERN PT VERO PUBLIC RELATIONS

Joceline Stephani

ABSTRACT

The selection of this internship placement is based on the rapid development of the public relations industry in the digital era, which has transformed how organizations communicate with their audiences. The purpose of this internship is to understand the role of a Communication Executive at a public relations agency and to implement the concepts of Account Planning & Management as well as Marketing for Public Relations that have been studied. The internship took place at PT Vero Public Relations in the position of Communication Executive Intern within the Brand Communications Division, under the supervision of a Communication Executive. The main responsibilities included drafting Requests for Proposal (RFP), managing social media, organizing events, and compiling campaign reports. The concepts applied in this internship report include Request for Proposal based on Smudde (2023), management of social media campaigns refers to Tench & Waddington (2020) dan Quesenberry (2018), Media Relations dan Monitoring Coverage are guided by Brunner (2019) dan Luttrell & Capizzo (2020), the development of a Campaign Report serves as an evaluation of communication effectiveness based on Gregory (2015) dan Smith (2020). Additional supporting concepts include the Content Calendar by Kim (2020) and the stages of digital campaign evaluation, such as engagement, reach, and impact according to Luttrell & Capizzo (2020). The main challenge during the internship was the lack of directly relevant academic materials regarding the practical roles within an agency, especially the specific responsibilities of a Communication Executive at a public relations agency. After eighty days of internship, it can be concluded that the role of a Communication Executive is crucial as a liaison between clients and internal teams in ensuring the smooth execution of a brand's communication strategy.

Keywords: Public relations agency, Communication Executive Intern, Campaign.

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

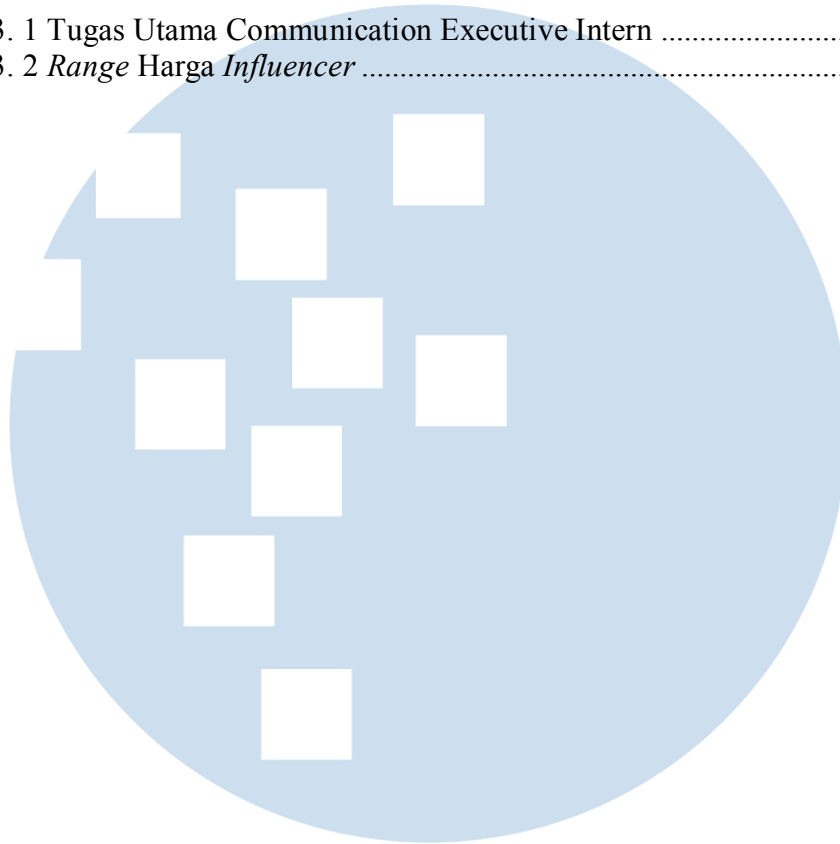
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang	5
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	5
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	8
2.1 Tentang Vero Public Relations	8
2.2 Visi Misi Vero Public Relations	9
2.3 Struktur Organisasi Vero Public Relations Agency	10
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	13
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang	13
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang	13
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	38
4.1 Simpulan.....	38
4.2 Saran	39
DAFTAR PUSTAKA.....	41
LAMPIRAN	43
Lampiran A Surat Pengantar Kerja Magang (KM-01)	43
LAMPIRAN	44
Lampiran B Kartu Magang (KM-02).....	44
LAMPIRAN	45

Lampiran C Daily Task (KM-03).....	45
LAMPIRAN	77
Lampiran D Form Verifikasi Laporan Magang (KM-04)	77
LAMPIRAN	78
Lampiran E Lampiran E Letter of Acceptance	78
LAMPIRAN	79
Lampiran F Curriculum Vitae	79
LAMPIRAN	81
Lampiran G Turnitin	81
LAMPIRAN	82
Lampiran H Formulir Konsultasi Magang	82



DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Tugas Utama Communication Executive Intern	14
Tabel 3. 2 <i>Range Harga Influencer</i>	21



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Pasar Global Public Relations 2025	2
Gambar 2. 1 Logo Vero	8
Gambar 2. 2 Struktur Kepemimpinan Vero Asia Tenggara	10
Gambar 2. 3 Struktur Organisasi Vero Indonesia	11
Gambar 2. 4 Struktur Divisi Brand Communications	11
Gambar 3. 1 Gambar Tangkapan Contoh Loop Microsoft Untuk Klien KAO	16
Gambar 3. 2 Tangkapan Layar Contoh Request for Proposal Untuk Klien KAO	17
Gambar 3. 3 Tangkapan Layar Contoh Request for Proposal Untuk Klien Melia Hotel	18
Gambar 3. 4 Tangkapan Layar Contoh Request for Proposal Untuk Klien Vaseline	18
Gambar 3. 5 Tangkapan Layar Contoh Request for Proposal Untuk Klien Heineken	19
Gambar 3. 6 Tangkapan Layar Brief Campaign Spotify Ramadan 2025	23
Gambar 3. 7 Tangkapan Layar Contoh Content Review & Feedback Campaign Spotify Ramadan 2025	25
Gambar 3. 8 Tangkapan Layar Content Calendar Campaign Spotify Ramadan 2025	26
Gambar 3. 9 Tangkapan Layar Live Tracker Spotify Ramadan 2025	27
Gambar 3. 10 Tangkapan Layar Contoh Media Monitoring Tracker Event UEFA Champions League Trophy Tour 2025	30
Gambar 3. 11 Tangkapan Layar Contoh Heineken UEFA Trophy Tour Final Report 2025	34
Gambar 3. 12 Tangkapan Layar Contoh Spotify Ramadan 2025 Final Report	35



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Pengantar Kerja Magang (KM-01).....	43
Lampiran B Kartu Magang (KM-02).....	44
Lampiran C Daily Task (KM-03).....	45
Lampiran D Form Verifikasi Laporan Magang (KM-04)	77
Lampiran E Lampiran E Letter of Acceptance.....	78
Lampiran F Curriculum Vitae	79
Lampiran G Turnitin	81
Lampiran H Formulir Konsultasi Magang.....	82

UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA