



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

LAPORAN KERJA MAGANG

AKTIVITAS DIVISI *MARKETING COMMUNICATION*

PT DELAMI GARMENT INDUSTRIES DALAM
PENGELOLAAN BRAND THE EXECUTIVE DAN
WOOD



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Nama : Cicilia Dini

NIM : 12140110035

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Public Relations

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2016

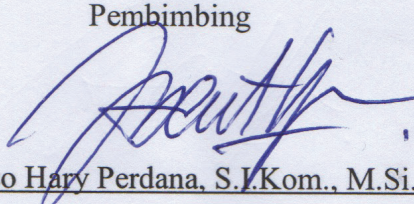
PENGESAHAN LAPORAN KERJA MAGANG
AKTIVITAS DIVISI *MARKETING COMMUNICATINS*
PT DELAMI GARMENT INDUSTRIES DALAM PENGELOLAAN
BRAND THE EXECUTIVE DAN WOOD

Oleh

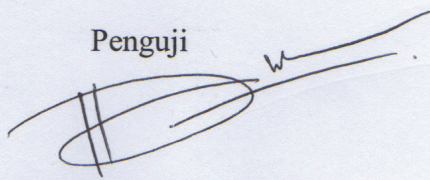
Nama : Cicilia Dini
NIM : 12140110035
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Public Relations

Tangerang, 3 Agustus 2016

Pembimbing

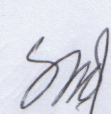

Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si.

Penguji


Veronika, S.Sos., M.Si

Mengetahui :

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Dr. Bertha Sri Eko M., M.Si.

Lembar Penyataan tidak Melakukan Plagiat dalam Penyusunan Laporan Kerja Magang

Dengan ini saya:

Nama : Cicilia Dini
NIM : 12140110035
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa saya telah melaksanakan praktik kerja magang:

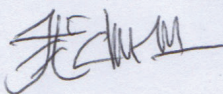
Nama Perusahaan : PT Delami Garment Industries
Divisi : *Marketing communication*
Alamat : Jl. Alaydrus No.19, Jakarta Pusat
Periode Magang : 27 Januari – 29 April 2016

Pembimbing Lapangan : Denise Paramita

Laporan kerja magang merupakan hasil karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan plagiat. Semua kutipan karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam laporan kerja magang ini telah saya sebutkan sumber kutipannya serta saya cantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan atau penyimpangan baik dalam pelaksanaan kerja magang maupun dalam penulisan laporan kerja magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan tidak lulus untuk mata kuliah kerja magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 2 Agustus 2016



Cicilia Dini

ABSTRAK

Divisi *Public Relations* berperan penting bagi sebuah perusahaan, dimana divisi tersebut bertugas membantu perusahaan untuk berkomunikasi kepada konsumen. Tetapi, tidak semua perusahaan memiliki divisi khusus *public relations*. Namun, aktivitas *public relations* dapat dijalankan oleh divisi lain seperti divisi *Marketing Communication*.

Perusahaan yang tidak memiliki divisi *public relations* membutuhkan *marketing communication* yang dapat membantu mengembangkan perusahaan dan dapat berperan sebagai *public relations*. *Marketing communication* mempunyai kekuatan untuk menanamkan sebuah pengertian dan pemahaman yang berpengaruh bagi konsumen terhadap suatu *brand* perusahaan tertentu. Dalam bidang *marketing communication* harus menciptakan inovasi baru bagi perkembangan pemasaran suatu perusahaan.

Penulis melakukan praktik kerja magang di Perusahaan PT Delami Garment Industries yang berlokasi di jalan alaydrus No. 19 Jakarta Pusat. Penulis melakukan kerja magang selama tiga bulan sebagai karyawan magang divisi *marketing communication*.

Aktivitas *marketing communications* di PT Delami Garment Industries berupa *Event Management*, *Sales Promanotions*, *Media monitoring*, *Public relations writing*. Kegiatan tersebut dilakukan untuk memenuhi fungsi *marketing communication* dan tercapainya inovasi dan objektif perusahaan.

Keyword: *Marketing Communication*, *Event Management*, *Strategy promotion*, The Executive, WOOD, PT Delamibrands

KATA PENGANTAR

Keanugrahan inspirasi dari Tuhan yang Mahakasih menjadi sumber pengetahuan bagi Penulis dalam menyelesaikan laporan magang yang berjudul “Aktivitas Divisi *Marketing Communication* PT Delami Garment Industries dalam Pengelolaan *Brand The Executive* dan *WOOD*”.

Dalam penulisan laporan magang ini, banyak pihak yang telah membimbing, membantu, serta memberi semangat kepada penulis hingga laporan magang ini dapat penulis selesaikan. Karena itu, penulis berterimakasih kepada:

1. Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si. selaku Pembimbing laporan magang penulis;
2. Veronika, S.Sos., M.Si. selaku penguji laporan magang penulis;
3. Papa, Mama, dan adik-adik tercinta yang selalu memberikan dukungan dan memotivasi penulis;
4. Tim *Marketing communication* di PT Delami Garment Industries yang telah memberikan kesempatan bagi Penulis untuk melaksanakan praktik kerja magang dan memberikan bimbingan serta ilmu mengenai dunia kerja khususnya dalam divisi *marketing communications*;
5. Sahabat-sahabat Penuis: Khazni, Inez, Tasha, Amalia, Wiranata, yang selalu memberikan dukungan selama proses kerja magang;
6. Ferdy Setya Gunawan, yang selalu mendengarkan keluh kesah dan selalu memotivasi penulis dalam menyelesaikan laporan magang ini.

Semoga laporan magang ini bermanfaat, baik sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi, bagi para pembaca.

Tangerang, 2 Agustus 2016

Cicilia Dini

UMN

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT.....	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Kerja Magang	5
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	5
BAB II GAMBARAN UMUM PT DELAMI GARMENT INDUSTRIES	7
2.1 Profil PT Delami Garment Industries	7
2.1.1 Sejarah Perusahaan	7
2.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	8
2.1.3 <i>Brand</i> The Executive	8
2.1.4 <i>Brand</i> WOOD	9
2.1.5 Struktur Organisasi PT Delami Garment Industries	9
2.2 Ruang Lingkup Divisi	9

BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG.....	12
3.1 Kedudukan dan Koordinasi.....	12
3.2 Aktivitas Kerja Magang	13
3.3 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang	14
3.3.1 <i>Event Management</i>	14
3.3.2 <i>Sales Promotion</i>	19
3.3.3 <i>Media monitoring</i>	22
3.3.4 <i>Public relations writing</i>	24
3.4 Kendala	25
3.5 Solusi.....	25
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	26
4.1 Kesimpulan	26
4.2 Saran.....	27
4.2.1 Saran Kepada Universitas Multimedia Nusantara	27
4.2.2 Saran Kepada PT Delami Garment Industries	27

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Table 1.1 Nilai Pasar Tekstil dan <i>Fashion</i> di Indonesia	3
Tabel 3.1 Tabel <i>timeline</i> aktivitas <i>marketing communications</i>	13
Table 3.2 Tabel detail aktivitas <i>marketing communications</i>	13



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Sales PT Delami	3
Gambar 2.1 Logo PT Delami Garment Industries	8
Gambar 2.2 Logo <i>brand</i> The Executive.....	8
Gambar 2.3 Logo <i>brand</i> WOOD	9
Gambar 2.4 Struktur organisasi PT Delami Garment Industries	9
Gambar 3.1 <i>Event Management Process</i>	18

