

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa atas berkat, penyertaan, dan anugerah-Nya sehingga Penulis dapat menjalankan magang di Matari Advertising pada *Department New Business* sehingga dapat mendukung Penulis dalam penyelesaian laporan magang ini dengan baik.

Dalam proses magang dan penulisan laporan ini Penulis sangat berterimakasih atas setiap kesempatan yang diberikan oleh tempat magang Penulis sehingga mendapatkan pengalaman kerja yang begitu banyak selama kurang lebih empat bulan melaksanakan magang.

Penulis juga menyadari bahwa laporan magang ini tidak akan selesai tepat pada waktunya tanpa bimbingan, dukungan, doa, dan bantuan baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu, Penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah turut membantu dalam proses penyusunan laporan magang ini, yaitu kepada:

1. Prof. Aleksius Jemadu, Ph. D., selaku *Associate Dean* Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pelita Harapan.
2. Dr. Phil. Deborah N. Simorangkir, BA., M.S., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi, terima kasih atas bimbingan yang diberikan.
3. Fitria Mayasari, S.Sos., M.M.C., selaku dosen pembimbing yang telah dengan setia, sabar membimbing, dan banyak memberikan dukungan

selama penulisan laporan magang. Terima kasih atas waktu yang diberikan untuk membimbing Penulis selama ini.

4. Drs. A. Setiawan Abadi, MA. dan Bapak Rizaldi Parani, S.Sos., MIR, selaku penasehat akademik yang telah memberikan bantuan dan bimbingan selama Penulis menyelesaikan perkuliahan di Universitas Pelita Harapan.
5. Aditya Robertus S.Sos. M.H., sebagai asisten dosen yang telah membimbing, membantu, dan mendukung Penulis selama penyusunan laporan.
6. Seluruh staff pengajar yang telah memberikan pendidikan kepada Penulis dan staff administrasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang telah membantu Penulis dalam menyelesaikan urusan administratif.
7. Bapak Aswan Soendojo selaku President/CEO Matari Advertising yang telah memberikan kesempatan kepada Penulis untuk melaksanakan magang.
8. Ibu Pia dan Mba Ria selaku tim dari Departemen HRD yang telah membantu Penulis untuk melaksanakan magang dan mengurus surat-surat administratif yang dibutuhkan.
9. Maria Goldameir Mektania selaku *New Business Manager* yang telah membimbing Penulis selama kurang lebih empat bulan dengan memberikan kesempatan mengikuti setiap projek yang ada, pengetahuan, dan membagi pengalaman yang begitu banyak kepada Penulis mengenai

dunia kerja. Selain itu juga telah banyak berperan dalam membantu Penulis selama proses penulisan laporan magang ini.

10. Tim dari Matari Advertising yaitu, Mba Ade, Mba Lia, Mas Galih, Mas Agus, Mas Deddy, Mba Christine, Mas Markus, dan Patricia yang telah banyak membantu, membimbing, dan memberikan waktunya kepada Penulis selama melaksanakan magang dan pada proses pembuatan laporan.
11. Kepada kedua orang tua, kakak, dan seluruh keluarga besar yang telah memberikan dukungan kepada Penulis selama menyelesaikan laporan.
12. Rionald Effendy yang telah dengan sabar memberikan banyak bantuan, masukan, dan dukungan kepada Penulis selama penulisan ini.
13. Teman-teman dekat selama di perkuliahan Windy, Anne, Cindy, Angel, Tracy, Giovita, Marcella, dan Lhiftya yang telah memberikan masukan dan dukungan kepada Penulis.
14. Teman-teman seperjuangan di *library* UPH, Lysan, Livia, dan Regina, yang selalu menemani dan mendukung Penulis dalam menyelesaikan laporan.
15. Teman-teman HMJ 2011-2012 yang telah memberikan dukungan kepada Penulis selama penulisan laporan magang.
16. Teman-teman Palembang yang terus memberikan semangat selama Penulis menyusun Laporan magang.

17. Semua pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah dengan sabar membimbing, membantu, dan mendukung Penulis.

Penulis menyadari bahwa penulisan laporan magang ini masih terdapat kekurangan. Oleh sebab itu, Penulis memohon maaf atas segala kesalahan yang terdapat di dalam laporan ini. Penulis sangat mengharapkan saran, kritik dan masukan untuk menyempurnakan laporan ini. Semoga laporan magang ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Karawaci, 14 Januari 2013

Heny Muliawan



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR

ABSTRAK..... v

KATA PENGANTAR..... vii

DAFTAR ISI..... xi

DAFTAR GAMBAR..... xiv

DAFTAR LAMPIRAN..... xvi

BAB I. PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang..... 1

I.2. Tujuan Magang..... 9

I.3. Ruang Lingkup dan Batasan Magang..... 9

I.4. Waktu dan Lokasi Magang..... 11

BABA II. TINJAUAN PUSTAKA

II.1. *Integrated Marketing Communication*..... 12

II.2. *Marketing Mix*..... 14

II.3. *Promotion*..... 16

II.3.1. *New Product Line*..... 18

II.3.2. *Promotion Mix*..... 20

II.4. <i>Advertising</i>	23
II.4.1. <i>Advertising Agency</i>	25
II.4.2. Pihak-Pihak di <i>Full-Service Agency</i>	29
II.4.3. Fungsi <i>Advertising</i>	35
II.5. Iklan di Televisi (TVC)	37
II.5.1. Proses Pembuatan Iklan di Televisi (TVC).....	40
II.5.2. Elemen-Elemen Iklan Televisi (TVC)	44
II.5.3. <i>Creative Message Strategy</i>	47

BAB III. GAMBARAN UMUM MATARI ADVERTISING DAN PELAKSANAAN MAGANG

III.1. Sejarah Singkat Matar Advertising.....	50
III.1.1. Kien Matar Advertising	54
III.2. VISI dan MISI Matar Advertising.....	55
III.3. Struktur Umum Matar Advertising.....	57
III.4. Struktur <i>New Business</i> di Matar Advertising	62
III.5. Profil Klien	65
III.6. Pelaksanaan Magang.....	68

BAB IV. URAIAN MAGANG DAN PEMBAHASAN

IV.1. Uraian Magang	74
IV.1.1. Workflow Pembuatan TVC BonCabe	76
IV.1.2. Uraian Pelaksanaan Magang Lingkup Administratif	76
IV.1.3. Uraian Pelaksanaan Magang Lingkup Operasional	80
IV.2. Pembahasan.....	87
IV.2.1. Peranan <i>New Business</i> sebagai Penghubung antara Matar Advertising dengan BonCabe	87
IV.2.2. Penerapan Proses Riset dari Departemen Riset dalam Memahami Keinginan Pasar Ketika Menentukan Pembelian Produk.....	100

IV.2.3. Proses <i>Pra-production</i> , <i>Production</i> , dan <i>Post-Production</i> TVC BonCabe Sebelum Ditempatkan di Media Massa	103
IV.2.4. Penerapan <i>Creative Message Strategy</i> TVC BonCabe Berdasarkan Konsep <i>Affective Association</i>	120

BAB V. PENUTUP

V.1. Kesimpulan.....	123
V.2. Saran.....	124

DAFTAR PUSTAKA	127
-----------------------------	-----

LAMPIRAN

CURRICULUM VITAE



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Pertumbuhan PBD Triwulan II-2012.....	2
Gambar 1.3. Jenis Industri Manufaktur II-2012.....	3
Gambar 2.1. <i>Organization Chart of A Full-Service Ad Agency</i>	29
Gambar 3.1. <i>Our Expertise</i>	53
Gambar 3.2. Logo Teh Botol Sosro.....	54
Gambar 3.3. Logo Bank BRI.....	54
Gambar 3.4. Logo Indomie	55
Gambar 3.5. Logo Konicare	55
Gambar 3.6. Struktur Umum Organisasi Matari Advertising	61
Gambar 3.7. Struktur <i>New Business</i> di Matari Advertising	64
Gambar 4.1. <i>Workflow</i> Pelaksanaan Kerja.....	76
Gambar 4.2 Potongan Iklan Versi Baso Hambar	109
Gambar 4.3. Potongan Iklan Versi RM Padang	109
Gambar 4.4. Potongan Iklan Versi Nasi Goreng Nanggung	109
Gambar 4.5. Potongan Iklan Versi Baso Hambar	110
Gambar 4.6 Potongan Iklan Versi RM Padang	110
Gambar 4.7. Potongan Iklan Versi Nasi Goreng Nanggung	110
Gambar 4.8. Potongan Iklan BonCabe	111
Gambar 4.9. Potongan Iklan Versi Baso Hambar	111
Gambar 4.10. Potongan Iklan Versi Baso Hambar.....	111
Gambar 4.11. Potongan Iklan Versi RM Padang	112
Gambar 4.12. Potongan Iklan Versi RM Padang	112
Gambar 4.13. Potongan Iklan Versi Nasi Goreng	112
Gambar 4.14. Potongan Iklan Versi Nasi Goreng	112
Gambar 4.15. Potongan Iklan BonCabe.....	112

Gambar 4.16. Potongan Iklan BonCabe..... 112
Gambar 4.17. Potongan Iklan Baso Hambar..... 113
Gambar 4.18. Potongan Iklan Baso Hambar..... 113
Gambar 4.19. Potongan Iklan Baso Hambar..... 114
Gambar 4.20. Potongan Iklan Baso Hambar..... 114



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A

Surat Permohonan Magang	A-1
Surat Penerimaan Magang	A-2
Surat Penerimaan Magang dari Matari Advertising	A-3
Surat Pernyataan Selesai Magang dari Matari Advertising	A-4
Lembar Monitoring Bimbingan.....	A-5
Surat Perjanjian Kerja	A-6
Form Rincian Pekerjaan.....	A-7
Evaluasi Kinerja Pemegang Tahap Awal.....	A-8
Evaluasi Kinerja Pemegang Tahap Akhir	A-9
Angket Pendapat Perusahaan Mengenai Program Magang	A-10

LAMPIRAN B

Contact Report BonCabe.....	B-1
Storyboard iklan BonCabe versi Warung Baso Hambar	B-2
Storyboard iklan BonCabe versi Rumah Makan Padang Salero Biaso	B-3
Storyboard iklan BonCabe versi Nasi Goreng Nanggung	B-4
Potongan TVC BonCabe versi Warung Baso Hambar	B-5
Potongan TVC BonCabe versi Rumah Makan Padang Salero Biaso.....	B-6
Potongan TVC BonCabe versi Nasi Goreng Nanggung.....	B-7
Schedule BonCabe.....	B-8