

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada pemegang sehingga dapat menyelesaikan praktik magang dan laporan magang ini, yang berjudul “Kegiatan *Account Manager* Sebagai Mediator dalam melaksanakan Fungsi *Marketing Public Relations* di PT Berkah Integra Gemilang Sejati Jakarta”. Adapun laporan ini ditulis dalam rangka memenuhi Sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Strata Satu Universitas Pelita Harapan, Karawaci.

Pemegang menyadari bahwa dalam menulis laporan magang ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah mendukung, membimbing, dan mendoakan saya dalam proses menyelesaikan laporan magang ini, yaitu kepada:

- 1) Dr. Naniek Novijanti Setijadi, S.Pd, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
- 2) Marsefio Sevyone Luhukay, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
- 3) Drs. Roy R Rondonuwu, Dipl.-Inf, M.Lib. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah banyak memberikan arahan dan masukan dari awal proses pengerjaan Tugas Akhir hingga saat ini.

- 4) Dr. Drs. Emrus, M.Si. dan Agustin Diana Wardaningsih, S.E.,M.I.Kom. selaku Dosen Penguji dalam Sidang Tugas Akhir Pemegang.
- 5) Tim Koordinator Tugas Akhir (Marsefio S. Luhukay, S.Sos., M.Si., Novatri G. Pakan, S.I.Kom., dan Sri Dwi Depvina Sirait, S.Pd.)
- 6) Carly Stiana Sumampow, S.Sos., M.COMM. selaku Dosen Pembimbing Akademik telah membantu dan memberikan perkembangan akademik dari awal hingga akhir perkuliahan.
- 7) Seluruh Dosen dan staf Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pelita Harapan yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang bermanfaat untuk digunakan di masa depan.
- 8) Kepada Papa dan Mama tercinta, Rio Imansyah dan Syofinar yang selalu memberikan kasih sayang dan dukungan spiritual, moral dan materil kepada Pemegang.
- 9) Meisya Reviany, Melati Firdhiani, Tri Utomo Setyawinanto dan Bima Setyawinanto selaku Keluarga yang selalu memberikan motivasi dan dukungan kepada Pemegang.
- 10) Kepada Keluarga besar BIGS *Communication* yang telah memberikan lapangan kerja magang dan ilmu yang sangat bermanfaat.
- 11) BASTENG REBORN yaitu Biondi, Evelyn & Meilie selaku sahabat Pemegang yang berjuang dari awal perkuliahan hingga saat ini.
- 12) Dan sahabat pemegang lainnya Athena Sanger, Livia Ramadhita, Satrio Adi Putranto, Auraliya Amadia, Ashila Kindana, Verell Kwenardi, Zahrah Saffanah, Priskila Gloria, Zakia Slamet dan Fiona Limanuel yang membantu

menyemangati, memberikan motivasi dan arahan dalam proses Tugas Akhir berlangsung.

13) Sahabat F***dhil yang selalu memberikan semangat dan tempat berkeluh kesah selama proses pengerjaan laporan magang.

Akhir kata, Pemegang mohon maaf apabila ada kesalahan kata-kata dalam penulisan laporan magang ini dan semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak serta dapat memberikan kontribusi dalam perkembangan ilmu pengetahuan.

Jakarta, Juli 2021

Fadhyl Muhamad



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan Magang.....	3
1.3 Ruang Lingkup & Batasan.....	4
1.3.1 Ruang Lingkup.....	4
1.3.2 Batasan Magang.....	4
1.4 Lokasi & Waktu Magang.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Public Relations.....	6
2.1.1 Definisi <i>Public Relations</i>	6
2.2 <i>Marketing Public Relations (MPR)</i>	10
2.2.1 Definisi <i>Marketing Public Relations</i>	10
2.2.2 Penerapan <i>Public Relations</i> dalam <i>Marketing</i>	10
2.2.3 Strategi <i>Marketing Public Relations</i>	12
2.2.4 Tools <i>Marketing Public Relations</i>	13
2.2.5 Tujuan <i>Marketing Public Relations</i>	14
2.2.6 Peran <i>Marketing Public Relations</i>	15
2.2.7 Fungsi <i>Marketing Public Relations</i>	16
2.2.8 Tahapan Proses <i>Marketing Public Relations</i>	18
2.3 Teori Komunikasi Persuasif	19
2.4 <i>Account Manager</i> dalam <i>Marketing Public Relations</i>	20
2.4.1 Definisi mediator dalam <i>Marketing Public Relations</i>	21
2.4.2 Fungsi dan tujuan mediator dalam <i>Marketing Public Relations</i>	22

2.4.3 Langkah strategis menerapkan fungsi mediator dalam <i>Marketing Public Relations</i>	23
--	----

BAB III GAMBAR UMUM PERUSAHAAN DAN URAIAN PELAKSANAAN MAGANG.....24

3.1 Profil Perusahaan PT. Berkah Integra Gemilang Sejati	24
3.1.1 Visi dan Misi Perusahaan	25
3.1.2 Tujuan dan Budaya Perusahaan.....	25
3.1.3 Struktur Organisasi / Tugas dan Tanggung Jawab	27
3.1.4 Jenis Layanan/Bidang Keahlian	29
3.2 Pelaksanaan Magang	32
3.2.1 Divisi dan Jabatan Magang	32
3.2.2 Tanggung Jawab Pemegang.....	33

BAB IV HASIL MAGANG DAN PEMBAHASAN.....34

4.1 Uraian Hasil Magang.....	34
4.2 Uraian Magang Operasional	37
4.2.1 Kegiatan <i>Launching</i> dan <i>Stickering</i> Konsumen JBT dan JBKP Aceh – PT. Pertamina	40
4.2.2 Kegiatan BIGS BLIBLI Community Report	42
4.2.3 Kegiatan GERAKIN (Gerak Indonesia) Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia 2020	44
4.2.4 Kegiatan <i>TANIVERSARY FESTIVAL 4th Anniversary</i> TANIHUB.....	45
4.3 Pembahasan Magang	46
4.3.1 Fungsi <i>Marketing Public Relations</i>	49
4.3.2 Tahapan Proses <i>Marketing Public Relations</i> sebagai Mediator.....	49
4.3.3 Aktivitas <i>Account Manager</i> sebagai Bagian dari <i>Marketing Public Relations</i> pada BIGS Communication	51
4.3.4 Peluncuran Berbagai Program-Program Inovasi dari Klien	52
4.3.5 Pelaksanaan <i>Marketing Public Relations</i>	53
4.3.6 Teori Persuasi dalam Hubungannya dengan Kegiatan Magang di BIGS Communication	61
4.3.7 <i>Corporate Image</i> dalam Perusahaan Public Relations	62
4.3.8 Evaluasi Peran <i>Account Manager</i> sebagai Bagian <i>Marketing Public Relations</i> pada BIGS Communication	64

BAB V: PENUTUP66

5.1 Simpulan	66
5.2 Saran	67
5.2.1 Perusahaan.....	67
5.2.2 Ilmu Komunikasi (FISIP), Universitas Pelita Harapan.....	67
5.3.3 Mahasiswa Ilmu Komunikasi (FISIP), Universitas Pelita Harapan	68

DAFTAR PUSTAKA.....69

LAMPIRAN.....69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo BIGS Communication	22
Gambar 3.2 Budaya Perusahaan BIGS Communication	24
Gambar 3.3 Struktur Organisasi BIGS Communication	25
Gambar 3.4 Logo klien BIGS Communication	30
Gambar 4.1 Kegiatan Launching dan Stickers Konsumen JBT dan JKBKP Aceh – PT. Pertamina	39
Gambar 4.2 BIGS Bibli Community Report dan Animal Defender – Swipe Up IG	41
Gambar 4.3 GERAKIN (Gerak Indonesia) dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia 2020	42
Gambar 4.4 TANIVERSARY FESTIVAL 4th Anniversary TANIHUB	43
Gambar 4.5 Akun Instagram BIGS Communication	52
Gambar 4.6 Perbandingan Generasi Millennial dengan Generasi Z	53
Gambar 4.7 Polling terhadap Event Digital yang Sudah Dilaksanakan oleh Communication via Instagram	54
Gambar 4.8 Gambaran Besar Mengenai Corporate Image dari BIGS Communication	61

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A

Lembar Monitoring Bimbingan Tugas Akhir	A-1
Surat Pengantar Magang	A-2
Surat Bukti Penerimaan Magang	A-3
Absensi Magang.....	A-4
Daftar Informasi Tempat Magang	A-5
Daftar Evaluasi Akhir Kinerja Pemegang.....	A-6
Angket Program Magang UPH Untuk Perusahaan.....	A-7
Angket Program Magang UPH Untuk Pemegang	A-8
Surat Keterangan Menyelesaikan Magang	A-9

LAMPIRAN B

Hasil Turnitin	B-1
----------------------	-----

