

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat yang diberikan peneliti mampu menyelesaikan studi sarjana dan menyelesaikan proyek akhir ini dalam bentuk laporan hasil kerja magang dan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Skripsi ini ditulis untuk memenuhi persyaratan akademik untuk memperoleh gelar sebagai Sarjana Ilmu Komunikasi Strata Satu, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pelita Harapan Tangerang.

Melalui proses penulisan skripsi, peneliti telah menerima berbagai bentuk dukungan, bimbingan dan doa yang tak terhitung banyaknya dari banyak orang, tanpa bantuan orang-orang tersebut peneliti mungkin tidak dapat menyelesaikan laporan hasil kerja magang ini dengan tepat waktu. Dengan demikian, peneliti ingin menggunakan kesempatan ini untuk mengucapkan terimakasih dan memberi rasa syukur kepada beberapa tokoh yang penting dan berpengaruh dalam penulisan tugas akhir ini. Untuk semua hal yang telah mereka lakukan, peneliti ingin berterimakasih kepada :

1. Dr. Edwin M. B. Tambunan, S.I.P., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pelita Harapan.
2. Marsefio Sevyone Luhukay, S.Sos., M.Si. sebagai Kaprodi Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

3. Rose Emmaria Tarigan, S.Sos., M.Si. sebagai pembimbing, penasihat sekaligus orang yang memotivasi penulis agar dapat menyelesaikan tugas akhir dalam waktu yang telah ditentukan.
4. Semua dosen dan staff di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, terlebih untuk dosen-dosen Ilmu Komunikasi yang telah memberi banyak pengetahuan kepada peneliti.
5. Papa, Mama, Rudy, Inge, dan semua keluarga yang membantu dalam bentuk doa agar peneliti mampu menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Pacarku Randy Tirtanata yang telah membantu peneliti dalam mengerjakan tugas akhir ini hingga selesai.
7. Kerabat Shania Bilchen, Kevin Leo, Ingsih, Taya Fransiska Cindy Carmelia, Natalia dan teman-teman lainnya yang telah mendukung dan membantu peneliti dalam melewati dan mengerjakan tugas akhir ini hingga selesai.
8. Teman-teman dari Ilmu Komunikasi angkatan 2014, 2015, 2016, 2017 dan 2018 yang memberikan banyak dukungan.
9. Untuk semua teman yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Telah membantu peneliti dalam kesulitan dan juga memberikan motivasi kepada peneliti agar dapat menyelesaikan tugas akhir tepat waktu.

Akhir kata, peneliti sadar bahwa penelitian ini jauh dari kata sempurna dan sadar masih banyak kekurangan dalam tugas akhir ini. Dengan demikian, banyak kritik dan pendapat yang membantu peneliti untuk menjadi orang yang lebih baik lagi dalam

bidang akademik maupun non akademik. Mudah-mudahan, skripsi ini dapat berdampak dan bermanfaat bagi pembaca. Terimakasih, dan semoga Tuhan memberkati Anda semua.

Tangerang, 20 Februari 2020

Aprillia Purnasari



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN TENTANG TUGAS AKHIR DAN PENYERAHAN HAK NONEKSLUSIF TANPA ROYALTI.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang	4
I.3 Ruang Lingkup Magang	5
I.4 Lokasi dan Waktu Magang	5
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
II.1 IMC (<i>Integrated Marketing Communications</i>)	6
II.1.1 Marketing Communication Mix	7
II.1.2 Pengaruh Adanya Internet Terhadap Marketing	10
II.1.3 Komunikasi Pemasaran Online dan Offline	12
II.1.4 Keuntungan Bisnis Melalui Media Online	14
II.1 Brand Awareness	15
II.2 Media Sosial	16
II.3 Promosi	17
II.3.1 Media Promosi	20
II.3.2 Tujuan Promosi	21
II.3.3 Event Marketing	22
II.3.4 Tujuan Event Marketing	23
II.3.5 Special Event	24
II.4 Komunikasi Antarpribadi	27
BAB III. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN URAIAN PELAKSANAAN MAGANG	
III.1 Gambaran umum PT. DIAMAS STAR	29
III.2 Logo Perusahaan	31
III.3 Visi Dan Misi Dari PT. Diamas Star	32
III.4 Struktur Organisasi Marketing PT. Diamas Star	33
III.5 Struktur Divisi Event Marketing dan Media Marketing	36
III.6 Pelaksanaan Magang	37
III.6.1 Operasional	37

III.6.2 Adminstratif.....	38
BAB IV URAIAN MAGANG DAN PEMBAHASAN	
IV.1 Uraian Magang	39
IV.1.1 Uraian Pelaksanaan Magang: Lingkup Operasional	40
IV.2 Pembahasan	45
IV.2.1 Fungsi <i>IMC</i> Dalam Meningkatkan Brand Awareness Di PT. Diamas Star	45
IV.2.2 Penerapan Marketing Communications Mix	47
IV.2.3 Pengaruh Adanya Internet Terhadap Marketing Pada PT. Diamas Star	52
IV.2.4 Komunikasi Pemasaran Online dan Offline Terhadap PT. Diamas Star	53
IV.2.5 Keuntungan Bisnis Melalui Media Online	57
IV.2.6 Brand Awareness	59
IV.2.7 Media Sosial	59
IV.2.8 Promosi	65
IV.2.8.1 Media Promosi	66
IV.2.8.2 Tujuan Promosi	67
IV.2.8.3 Event Marketing	68
IV.2.8.4 Tujuan Event Marketing	69
IV.2.8.5 Special Event	70
BAB V PENUTUP	
V.1 Kesimpulan	73
V.2 Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
CURRICULUM VITAE	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1.1 Marketing Communication Mix	7
Gambar 3.2 Logo PT. Diamas Star dan masing-masing produk	31
Gambar 3.4 Struktur Organisasi Marketing PT. Diamas Star	34
Gambar 4.1.1 Contoh Sertifikat	43
Gambar 4.1.1 Poster Donor Darah	45



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.1 Artikel produk toples dan aquarium	44
Tabel 4.2.7 Hasil unggahan foto dan video pada instagram	61



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A

Lembar Mentoring Bimbingan Magang	A-1
Formulir Pengajuan Mengikuti Program Magang	A-2
Surat Pengantar Magang	A-3
Surat Bukti Penerimaan Magang yang Ditandatangani dan Stempel (Perusahaan)	A-4
Absensi Magang	A-5
Daftar Informasi Penempatan Magang	A-6
Uraian Tugas	A-7
Daftar Evaluasi Pertama Kinerja Pemegang	A-8
Daftar Evaluasi Akhir Kinerja Pemegang	A-9
Angket Program Magang UPH untuk Perusahaan	A-10
Angket Program Magang UPH untuk Pemegang	A-11

LAMPIRAN B

Artikel	B-1
Poster dan Sertifikat	B-2
Foto Produk	B-3

