

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat sudah yang diberikan-Nya, sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan tepat waktu.

Magang dengan judul *AKTIVITAS MARKETING PUBLIC RELATIONS* DI INDONESIA CONVENTION EXHIBITION BSD DALAM MEMBANGUN *BRAND ENGAGEMENT* ini ditujukan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Komunikasi Strata Satu Universitas Pelita Harapan, Karawaci.

Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan, dukungan, bantuan dan doa dari berbagai pihak, Tugas Akhir ini tidak dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses pengerjaan Tugas Akhir ini, yaitu kepada:

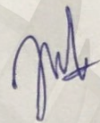
- 1) Tuhan Yesus Kristus
- 2) Prof. Aleksius Jemadu, Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pelita Harapan.
- 3) Dr. Naniek N. Setijadi, S.Pd., M.Si., selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
- 4) Marsefio Sevyone Luhukay, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi dan Koordinator Tugas Akhir yang dengan sabar dan tekun memberi arahan kepada mahasiswa/i.
- 5) Agustin Diana Wardaningsih, S.E., M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan ilmu, waktu, masukan dan dukungan kepada Penulis selama penulisan Tugas Akhir.

- 6) Carly Scheffer Sumampouw, Sos., Mcomm, selaku Dosen Panutan selama perkuliahan yang memberikan banyak pengajaran untuk Penulis.
- 7) Kevin Christian, S.I.kom., selaku Asisten Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yang membantu proses administrasi pengumpulan Tugas Akhir.
- 8) 'CEO Maxx' selaku sahabat dari Penulis. Delvina Patricia, Angelia Prawira, Vera Suwanto, Agata Verencie, Linda Fransiska dan Mikael Sanjaya yang selalu memberi semangat, dukungan dan hiburan selama perkuliahan.
- 9) 'Ceribele' yaitu Regita Purnama, Angelin Jens, Jessica Tanoto, Vera Suwanto dan Linda Fransiska selaku teman-teman pertama perkuliahan yang selalu menyemangati dan membantu Penulis selama perkuliahan.
- 10) Para pejuang IMC yaitu Angelia Wiradi, Linda Fransiska, Valencia, Clarizza Laura, Glenda Fransiska dan Katherine Ahari yang telah berjuang bersama untuk menerjang tugas-tugas IMC, begadang dan tidak tidur demi mempertahankan IP.
- 11) Valencia selaku teman terdekat selama enam bulan magang, selalu memberi semangat, bantuan dalam pekerjaan maupun tugas akhir serta tempat curahan hati keluh kesah selama magang.
- 12) Linda Fransiska dan Susy Famestu selaku "*human diary*" selama tiga tahun masa perkuliahan, selalu ada di setiap rintangan dan perjuangan dalam perkuliahan, futsal dan sehari-hari.

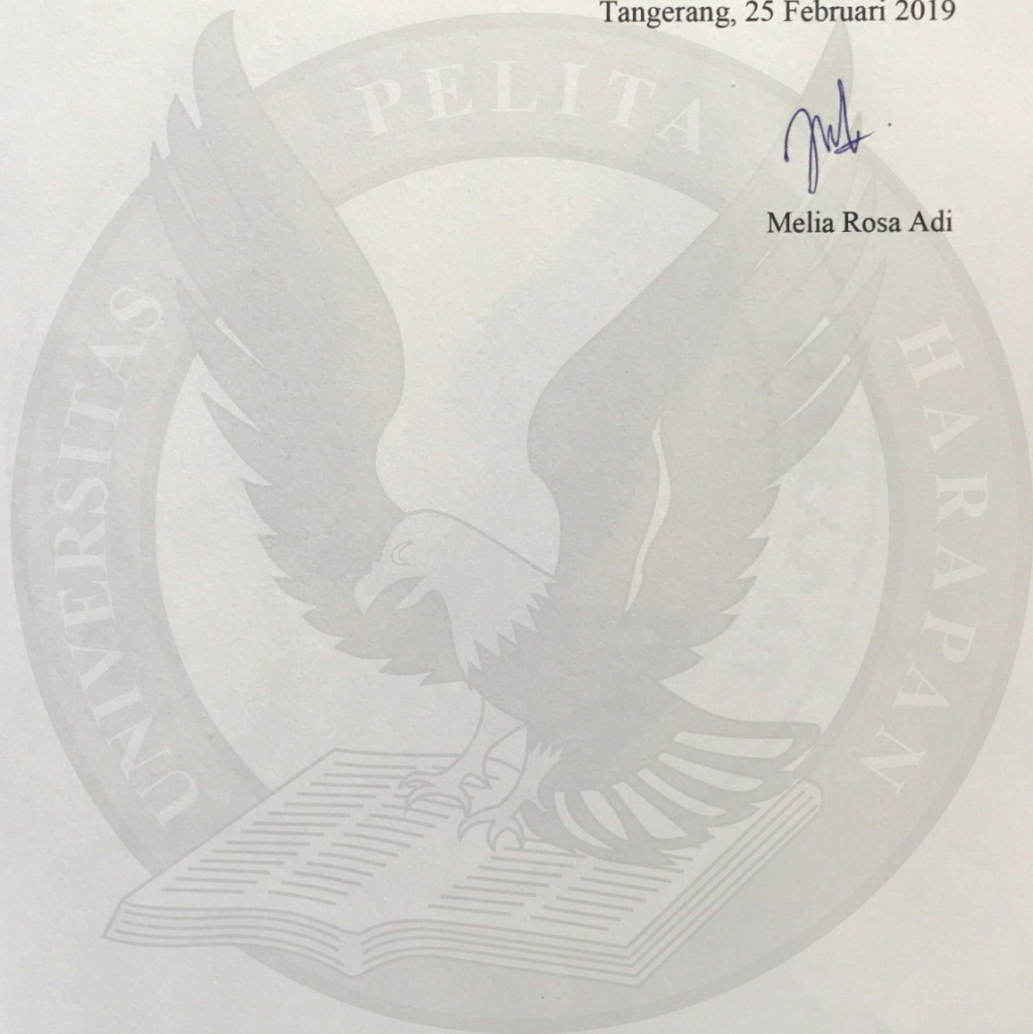
- 13) *Bestie Sales* yaitu Valencia, Rizky, Alya, Angie, Stephen yang memberikan banyak dukungan dan *jokes* receh untuk menghibur hari-hari di kantor.
- 14) Teman Magang di ICE lainnya yaitu Fitri, Stephanie, Carin, Citra, Hanako, Risa, Nisa, Chika, Yamin untuk pertemanan enam bulan yang terasa seperti keluarga.
- 15) Senior-senior panutan di *Team Sales* yaitu Kak Amanda, Pak Gholi, Bu Kinanthi, Bu Melody, Ci Clarissa, Kak Riska, Bu Tasya, Ci Novia, Bu Nina serta seluruh *manager* dan *staff* ICE yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima kasih atas bimbingan selama enam bulan terkait pekerjaan dan masa depan.
- 16) Teman-teman satu bimbingan seperjuangan Tugas Akhir yaitu Gabriella dan Clarissa serta Linda, Natasha, Jennifer, Valiana yang selalu memberikan semangat dan masukan kepada Penulis.
- 17) Wenny Jivensia sebagai teman seperjuangan sidang dan *hardcover* yang selalu mendorong Penulis untuk mengerjakan revisi.
- 18) Tim Futsal Putri *Eagles* yang selalu ada saat perjuangan kuliah dan latihan yaitu Linda, Susy, Roswitha, Basia, Dea, Fiona, *Eagles* Putra maupun *Senior Eagles* yaitu Hizkia Cahya, Aaron Arvian, Teza Joplin, Ci Helena, Kak Irma dan masih banyak lagi.
- 19) Terlebih kepada Mami, Rio dan Suster yang selalu memberikan banyak dukungan, doa serta kasih sayang kepada Penulis.

Penulis menyadari terdapat banyak kekurangan dalam Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, kritik dan saran dari para pembaca akan menjadi sangat bermanfaat bagi Penulis. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang membaca.

Tangerang, 25 Februari 2019



Melia Rosa Adi



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Tujuan Magang	5
1.3 Ruang Lingkup dan Batasan	5
1.4 Lokasi dan Waktu magang	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
II.1 Komunikasi Pemasaran	8
II.1.1 Tujuan Komunikasi Pemasaran	9
II.1.2 <i>Marketing Communication Tools</i>	13
II.2 <i>Marketing Public Relations</i>	19
II.2.1 Alat – Alat <i>Marketing Public Relations</i>	21
II.3 <i>Brand Engagement</i>	23
BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN PELAKSANAAN MAGANG	26
III.1 Sejarah Singkat Perusahaan	26
III.1.1 Profil PT.Indonesia International Expo (IIE).....	26
III.1.2 Profil PT.Deutsche Messe Venue Operation (DMVO).....	26
III.1.3 Profil Indonesia Convention Exhibition (ICE)	27
III.2 Logo Indonesia Convention Exhibition	28
III.3 Visi dan Misi Indonesia Convention Exhibition.....	29
III.4 Venue Per Segmen dan Fasilitas Indonesia Convention Exhibition.....	29
III.5 Struktur Organisasi Indonesia Convention Exhibition	36
III.6 Deskripsi Pekerjaan Pemagang	37
III.7 Pelaksanaan Magang	39
BAB IV URAIAN MAGANG DAN PEMBAHASAN	40
IV.1 Uraian Magang	40
IV.1.1 Uraian Magang Lingkup Operasional	40
IV.2 Pembahasan	57

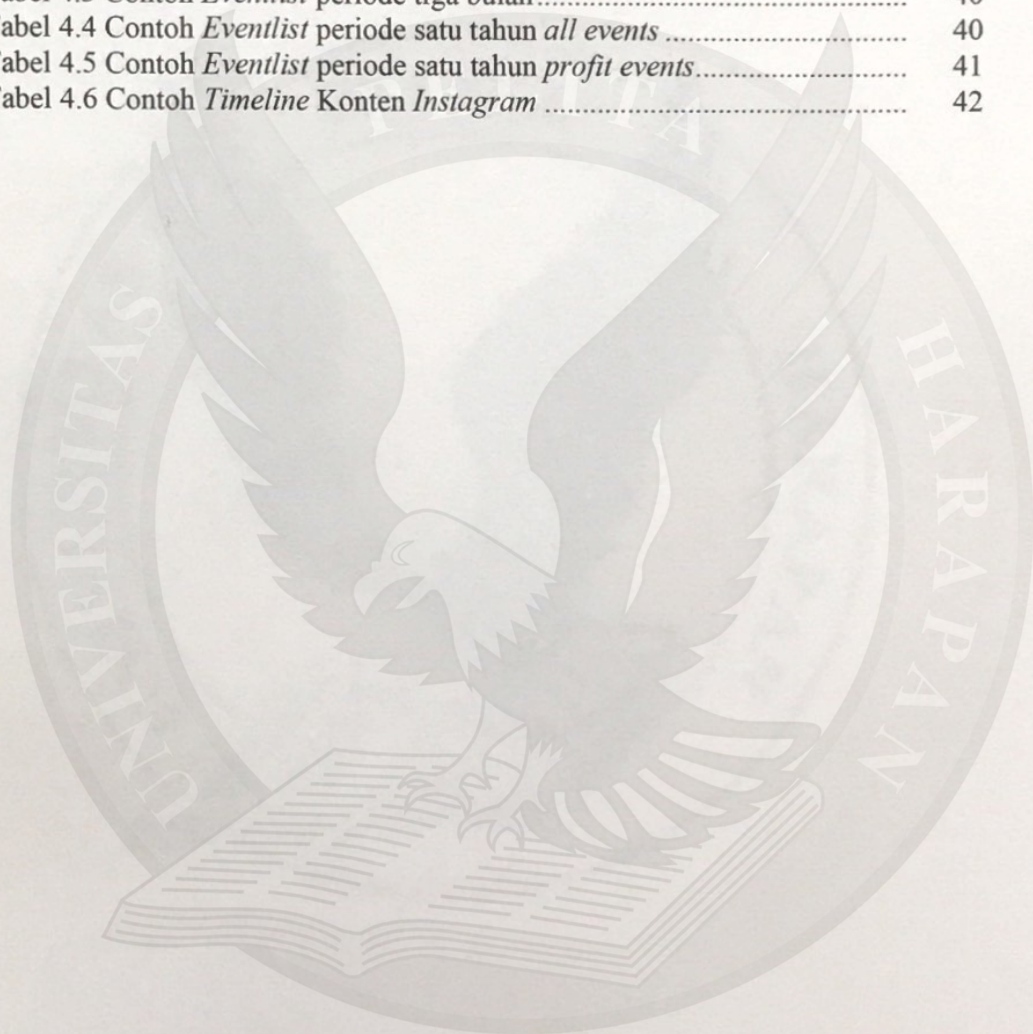
IV.2.1 Penerapan Komunikasi Pemasaran di Indonesia Convention Exhibition	57
IV.2.1.1 Tujuan Komunikasi Pemasaran Indonesia Convention Exhibition	58
IV.2.1.2 Penerapan <i>Marketing Communication Tools</i> di Indonesia Convention Exhibition	60
IV.2.2 Penerapan <i>Marketing Public Relations</i> di Indonesia Convention Exhibition	63
IV.2.2.1 Penerapan Alat – Alat <i>Marketing Public Relations</i> dalam Aktivitas <i>Marketing Public Relations</i> di Indonesia Convention Exhibition.....	64
IV.2.3 Penerapan <i>Marketing Public Relations</i> di Indonesia Convention Exhibition untuk menciptakan <i>Brand Engagement</i>	70
BAB V PENUTUP	72
V.1 Kesimpulan	72
V.2 Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN A	
LAMPIRAN B	
<i>CURRICULUM VITAE</i>	

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Statistik Kedatangan Turis Indonesia	1
Gambar 1.2 Statistik Penerimaan Devisa Indonesia per Sektor Utama	2
Gambar 1.3 Logo dan Gedung Perusahaan	7
Gambar 2.1 Tiga Komponen Perubahan Sikap	11
Gambar 2.2 <i>Tricomponent Attitude Changes Cycle</i>	12
Gambar 3.1 Bagan Perusahaan	24
Gambar 3.2 <i>Site Plan</i> Indonesia Convention Exhibition	26
Gambar 3.3 Logo Indonesia Convention Exhibition	26
Gambar 3.4 <i>Exhibition Hall</i>	28
Gambar 3.5 <i>Convention the Nusantara Hall</i>	29
Gambar 3.6 <i>Meeting Room</i>	30
Gambar 3.7 Struktur Organisasi Indonesia Convention Exhibition	30
Gambar 4.1 Cara Pemilihan Pemenang <i>Giveaway Ticket</i>	43
Gambar 4.2 <i>Booth ICE</i>	44
Gambar 4.3 Contoh Dokumentasi <i>Set Up</i>	45
Gambar 4.4 Contoh Dokumentasi <i>Show Day</i>	46
Gambar 4.5 <i>Instastory ICE</i>	47
Gambar 4.6 Contoh Posting Poster dan <i>Caption</i> di <i>Instagram ICE</i>	48
Gambar 4.7 Contoh Posting <i>Previous Event Opening Ceremony</i>	51
Gambar 4.8 <i>Google Review</i>	52
Gambar 4.9 <i>Public Appearance</i> oleh <i>General Manager ICE</i>	58
Gambar 4.10 <i>Website ICE</i>	59
Gambar 4.11 Contoh <i>Merchandise ICE: Agenda & Calendar</i>	61
Gambar 4.12 Contoh <i>Merchandise ICE: Card Holder & Passport Holder</i>	62
Gambar 4.13 <i>Giveaway Ticket Contest</i>	63
Gambar 4.14 <i>Donation for Palu</i>	64
Gambar 4.15 <i>Donation for Banten & Lampung</i>	64
Gambar 4.16 Contoh <i>Sponsorship</i> Penempatan Logo ICE	57

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Gambaran <i>Marketing Communication Tools</i>	14
Tabel 2.2 Alat - Alat Bauran Komunikasi Pemasaran	18
Tabel 4.1 Contoh <i>Eventlist</i> periode dua minggu dengan <i>revenue</i>	39
Tabel 4.2 Contoh <i>Eventlist</i> periode dua minggu	39
Tabel 4.3 Contoh <i>Eventlist</i> periode tiga bulan	40
Tabel 4.4 Contoh <i>Eventlist</i> periode satu tahun <i>all events</i>	40
Tabel 4.5 Contoh <i>Eventlist</i> periode satu tahun <i>profit events</i>	41
Tabel 4.6 Contoh <i>Timeline</i> Konten <i>Instagram</i>	42



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A

Surat Pengajuan Mengikuti Program Magang.....	A-1
Surat Keterangan Penerimaan Magang.....	A-2
Uraian Tugas Magang.....	A-3
Daftar Evaluasi Kinerja Pemagang Tahap Awal.....	A-4
Daftar Evaluasi Kinerja Pemagang Tahap Akhir.....	A-5
Angket Pendapat Perusahaan Mengenai Program Magang.....	A-6
Angket Pendapat Pemagang Terhadap Program Magang.....	A-7
Lembar Monitoring Bimbingan Tugas Akhir.....	A-8
Informasi Tempat Magang.....	A-9
Absensi Pemagang.....	A-10

LAMPIRAN B

Contoh <i>Eventlist</i> periode dua minggu dengan <i>revenue</i>	B-1
Contoh <i>Eventlist</i> periode dua minggu.....	B-2
Contoh <i>Eventlist</i> periode tiga bulan.....	B-3
Contoh <i>Eventlist</i> periode satu tahun <i>all events</i>	B-4
Contoh <i>Eventlist</i> periode satu tahun <i>profit events</i>	B-5
Dokumentasi <i>Set Up Hall & Pre-function</i>	B-6
Dokumentasi <i>Set Up Booth & Entrance</i>	B-7
Dokumentasi <i>Show Day Exhibition</i>	B-8
Dokumentasi <i>Show Day Opening Ceremony & Seminar</i>	B-9
Dokumentasi <i>Show Day Concert</i>	B-10
Dokumentasi <i>Show Day Crowd & Exhibition</i>	B-11
Dokumentasi <i>Set Up Wedding</i>	B-12
Dokumentasi <i>Food Tasting</i>	B-13
Contoh <i>Timeline</i> Konten Instagram.....	B-14
Realisasi Posting <i>Timeline</i> Konten Instagram.....	B-17
Contoh Rekap <i>Google Review</i>	B-18
Contoh Rekap Data <i>Giveaway Ticket</i>	B-19