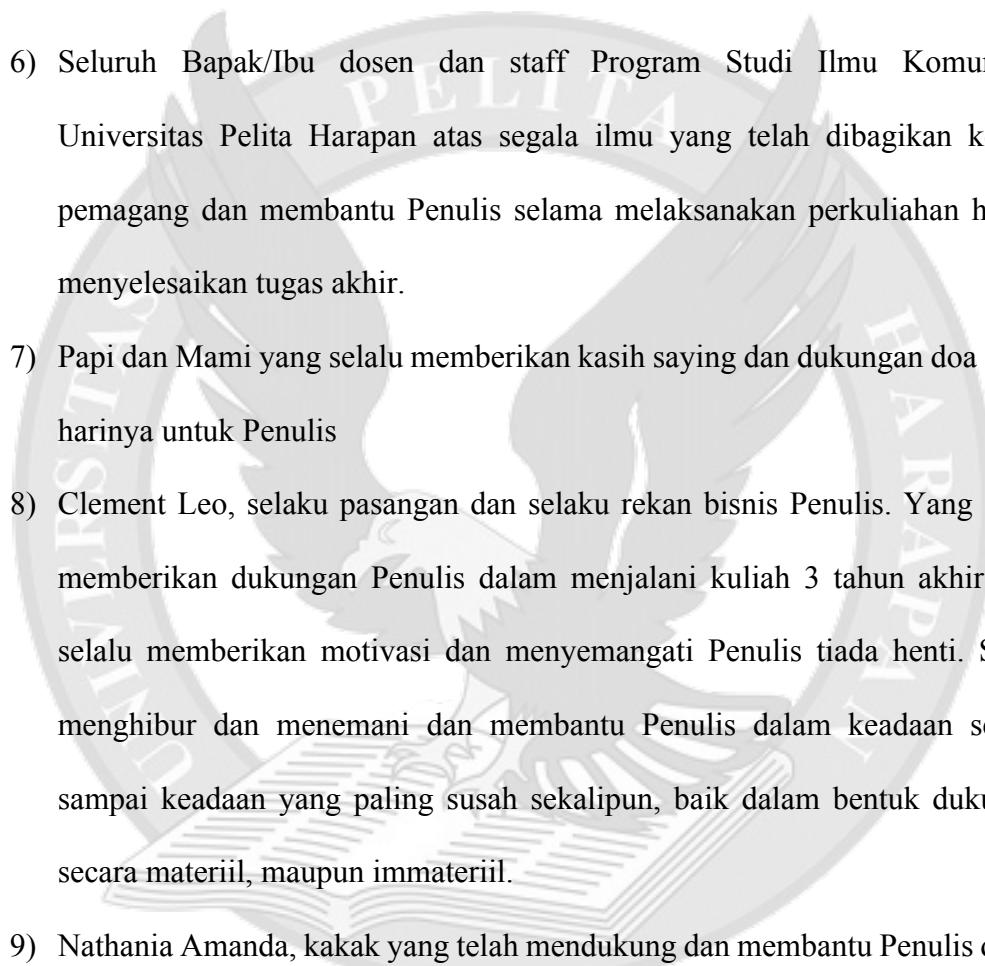


KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus yang Maha Esa atas segala berkat yang telah diberikan-Nya, sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan. Tugas Akhir dengan judul “Aktivitas Divisi *Influencer Manager* RINKU Agency Dalam Upaya Meningkatkan *Brand Awareness* Melalui Media Sosial” ini ditujukan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Strata Satu Universitas Pelita Harapan, Karawaci, Tangerang.

Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak, Tugas Akhir ini tidak akan dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penggerjaan Tugas Akhir ini, yaitu 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., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pelita Harapan.
- 3) Dr. Dra. Desideria L. D. Leksmono, M. Si., selaku Dosen Pembimbing Tugas akhir yang selalu memberikan arahan, dukungan, masukan serta semangat kepada Pemagang selama proses penggerjaan Tugas Akhir ini. Pemagang sangat amat bersyukur telah mendapatkan kesempatan untuk menjadi anak bimbingan Mam Desideria.

- 
- 4) Rose Emmaria Tarigan, S.Sos., M.Si. serta Magdalena Lestari Ginting, S.Sos., M.P.A., M.I.Kom., selaku Penguji yang telah membantu Pemagang dalam proses sidang dari awal hingga selesai.
 - 5) Dr. Benedictus A. Simangunsong, S.IP., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
 - 6) Seluruh Bapak/Ibu dosen dan staff Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pelita Harapan atas segala ilmu yang telah dibagikan kepada pemagang dan membantu Penulis selama melaksanakan perkuliahan hingga menyelesaikan tugas akhir.
 - 7) Papi dan Mami yang selalu memberikan kasih saying dan dukungan doa setiap harinya untuk Penulis
 - 8) Clement Leo, selaku pasangan dan selaku rekan bisnis Penulis. Yang selalu memberikan dukungan Penulis dalam menjalani kuliah 3 tahun akhir. Dan selalu memberikan motivasi dan menyemangati Penulis tiada henti. Selalu menghibur dan menemanai dan membantu Penulis dalam keadaan senang sampai keadaan yang paling susah sekalipun, baik dalam bentuk dukungan secara materiil, maupun immateriil.
 - 9) Nathania Amanda, kakak yang telah mendukung dan membantu Penulis dalam menyelesaikan tugas akhir.
 - 10) Om Leo, Tante Janny, Ko Arden, yang selalu memberikan dukungan doa untuk Penulis, dan selalu memberikan semangat kepada Penulis.

- 11) Ko Andrew dan Ko Arwin, selaku rekan bisnis yang Penulis telah anggap selayaknya kakak sendiri. Terima kasih banyak atas dukungan selama 2 tahun terakhir ini.
- 12) CLAM Vision UPH; Stephanie Aldrine, Timotius Handerson, Kevin Michael, selaku sahabat-sahabat bisnis Penulis. Terima kasih atas kebersamaan, dan dukungan yang diberikan kepada Penulis selama beberapa bulan terakhir.
- 13) Janice Supit dan Laras Tri Handayani, selaku sahabat dekat Penulis selama masa perkuliahan. Sahabat yang selalu menghibur, yang selalu mengerti keadaan masing-masing tanpa mengeluh.
- 14) Sharon Tanata, Jane Anastasya, Abigail Carissa, Michi Erika, Reiza Benyamin, Anto Praditio, Felix Pandiangan selaku teman Penulis selama perkuliahan berlangsung 1-3 tahun terakhir.
- 15) Jessinda Tandra, Keziah Nadya, Ernest Satria, Nelson Effendi, Heinrich Lee, selaku teman kecil Penulis yang telah mendukung untuk tetap semangat menjalani kuliah.
- 16) Kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan untuk penulis dalam menyelesaikan perkuliahan dan tugas akhir yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, penulis sangat bersyukur telah mengenal kalian semua.

Laporan magang ini masih sangat jauh dari kesempurnaan dan penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam Tugas Akhir ini, oleh karena itu kritik dan saran dari pembaca akan sangat bermanfaat bagi Penulis. Akhir

kata, penulis berharap tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang membaca. Terima kasih, Tuhan Yesus memberkati.

Tangerang, 20 Juli 2020

Amelia Jesslyn



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 TABEL	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Magang	7
1.3 Ruang Lingkup dan Batasan Pemagang.....	7
1.3.1 Ruang Lingkup Pemagang	7
1.3.2 Batasan Pemagang.....	8
1.4 Lokasi dan Waktu Magang	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Komunikasi	9
2.2 Pemasaran.....	10
2.3 <i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i>	15
2.3.1 <i>Promotion</i>	16
2.3.2 <i>Promotion Mix</i>	16
2.4 <i>Brand</i>	19
2.5 <i>Brand Equity</i>	21
2.6 <i>Brand Awareness</i>	23
2.7 <i>Influencer/Endorser</i>	24
2.8 <i>Influencer Manager</i>	26
2.9 <i>Social Media Management</i>	27
2.10 Website	28
2.11 Peran Identifikasi dan Kredibilitas	28
BAB 3 GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
3.1 Sejarah RINKU	30
3.1.1 Visi & Misi Perusahaan.....	32
31.2 <i>Graphic Design</i> (Desain Grafis)	33
3.1.3 <i>Photo & Video Production</i>	35
3.1.4 <i>Website</i>	36
3.1.5 <i>Social Media Management</i>	38
3.1.6 <i>Marketing Campaign</i>	41
3.1.7 <i>Public Relation</i>	43
3.1.8 Struktur Perusahaan.....	45
3.2 Ruang Lingkup Pekerjaan Pemagang.....	46
3.2.1 Ruang Lingkup Administrasi	46
3.2.2 Ruang Lingkup Operasional.....	46

BAB 4 URAIAN MAGANG DAN PEMBAHASAN

4.1 Uraian Magang	47
4.1.1 Uraian Magang Operasional.....	48
4.2 Pembahasan Magang.....	55
4.2.1 Peranan Komunikasi.....	55
4.2.2 Peranan Pemasaran.....	57
4.2.3 Peranan <i>Integrated Marketing Communication</i> (IMC)	61
4.2.3.1 Peranan <i>Promotion</i>	61
4.2.3.2 Peranan <i>Promotion Mix</i>	62
4.2.4 Peranan <i>Brand</i>	64
4.2.5 Peranan <i>Brand Equity</i>	69
4.2.6 Peranan <i>Brand Awareness</i>	70
4.2.7 Peranan <i>Influencer / Endorser</i>	75
4.2.8 Peranan <i>Influencer Manager</i>	78
4.2.9 Peranan <i>Social Media Management</i>	79
4.2.10 Peranan <i>Website</i>	80
4.2.11 Peranan Peran Identifikasi dan Kredibilitas	80

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

5.I Simpulan	82
5.2 Saran.....	84

DAFTAR PUSTAKA

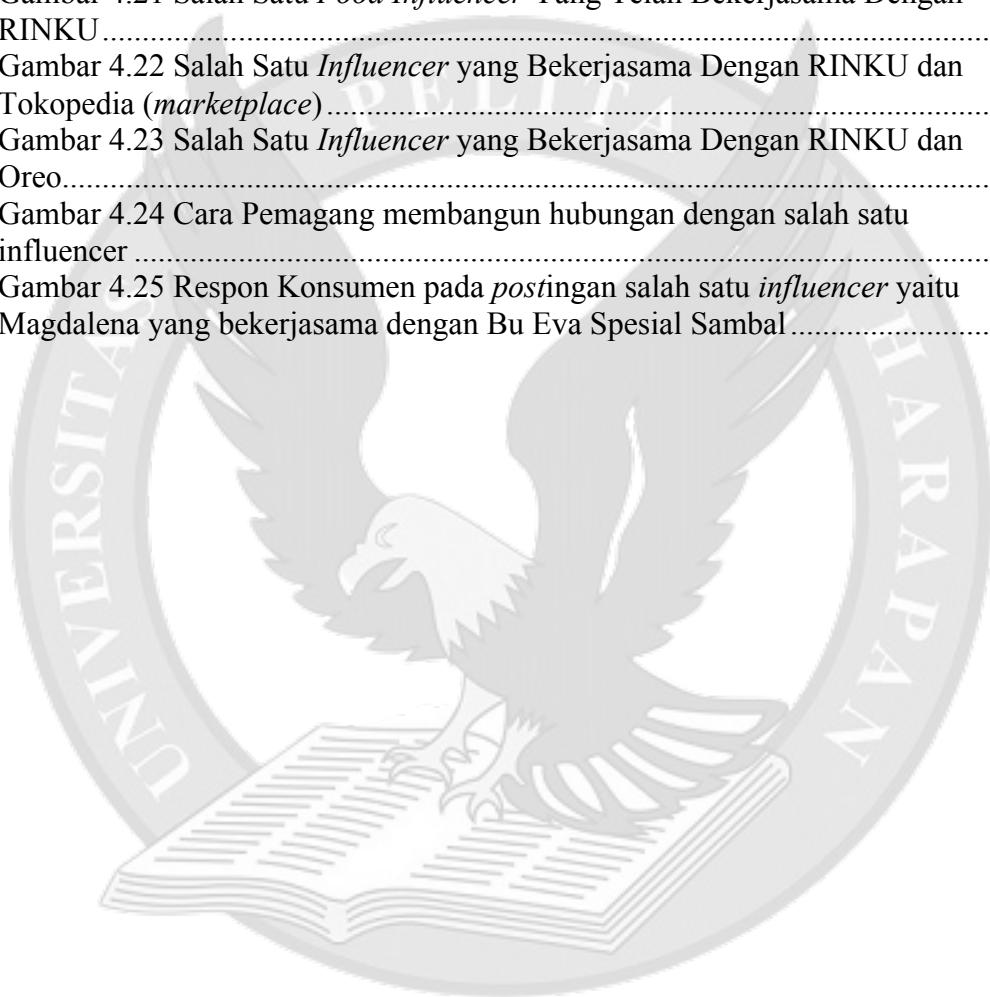
LAMPIRAN

CURRICULUM VITAE

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pemakaian Internet Dan Media Sosial di Dunia Per Januari 2020	2
Gambar 2.1 Proses Pengertian Produk	11
Gambar 2.2 <i>The Promotional Mix</i>	19
Gambar 2.3 Brand Awareness Pyramid	23
Gambar 3.1 Logo RINKU Agency	30
Gambar 3.2 Contoh Hasil Desain Grafis Oleh RINKU Agency	34
Gambar 3.3 Contoh Hasil Desain Grafis Oleh RINKU Agency	34
Gambar 3.4 Contoh Hasil Fotografi Oleh RINKU Agency	36
Gambar 3.5 Contoh Hasil <i>Web Design</i> RINKU Agency	37
Gambar 3.6 Contoh Hasil <i>Web Design</i> RINKU Agency	37
Gambar 3.7 Contoh Hasil <i>Social Media Managament</i> RINKU Agency	40
Gambar 3.8 Contoh Campaign Dari Tim RINKU	41
Gambar 3.9 Contoh Campaign Dari Tim RINKU	42
Gambar 3.10 Contoh <i>Influencer</i> yang Bekerja Sama Dengan RINKU	44
Gambar 4.1 Contoh Salah Satu Klien RINKU (Byoote) yang Bekerjasama Dengan <i>Influencer</i>	51
Gambar 4.2 Contoh Salah Satu Klien RINKU (Bu Eva Spesial Sambal) yang Bekerjasama Dengan <i>Influencer</i>	51
Gambar 4.3 Contoh Salah Satu Klien RINKU (Fitmee.co) yang Bekerjasama Dengan <i>Influencer</i>	52
Gambar 4.4 Foto Pemagang bersama <i>influencer</i> (Pao Pao) dalam proses <i>photoshoot</i> klien RINKU (Byoote)	53
Gambar 4.5 Foto Pemagang Bersama Tim RINKU dalam Pembukaan Restoran Mazeru Indonesia	53
Gambar 4.6 Foto Pemagang Bersama Tim RINKU dalam Acara Grand Launching Garaam x Goola	54
Gambar 4.7 Foto <i>Grand Launching</i> Garaam x Goola yang dihadiri Kaesang, Gibran, dan Chef Arnold	54
Gambar 4.8 Halaman Website RINKU	59
Gambar 4.9 Contoh Perusahaan F&B Yang Bekerjasama Dengan RINKU	65
Gambar 4.10 Contoh Perusahaan F&B Yang Bekerjasama Dengan RINKU	66
Gambar 4.11 Contoh Perusahaan <i>Cosmetics</i> (Sebamed) Yang Bekerjasama Dengan RINKU	67
Gambar 4.12 Contoh Perusahaan <i>Cosmetics</i> (Sebamed) Yang Bekerjasama Dengan RINKU	67
Gambar 4.13 Contoh Perusahaan <i>Cosmetics</i> (ITrustNature) Yang Bekerjasama dengan RINKU	68
Gambar 4.14 Salah Satu <i>Food Influencer</i> yang Mempromosikan Klien RINKU	70
Gambar 4.15 Salah Satu <i>Influencer</i> yang Mempromosikan Klien RINKU	71
Gambar 4.16 <i>Brand Awareness Pyramid</i>	72

Gambar 4.17 Contoh Perusahaan F&B Yang Telah Bekerjasama Dengan RINKU	73
Gambar 4.18 Contoh Perusahaan F&B Yang Telah Bekerjasama Dengan RINKU	74
Gambar 4.19 Contoh Perusahaan F&B Yang Telah Bekerjasama Dengan RINKU	75
Gambar 4.20 Salah Satu <i>Food Influencer</i> Yang Telah Bekerjasama Dengan RINKU	76
Gambar 4.21 Salah Satu <i>Food Influencer</i> Yang Telah Bekerjasama Dengan RINKU	76
Gambar 4.22 Salah Satu <i>Influencer</i> yang Bekerjasama Dengan RINKU dan Tokopedia (<i>marketplace</i>)	77
Gambar 4.23 Salah Satu <i>Influencer</i> yang Bekerjasama Dengan RINKU dan Oreo.....	77
Gambar 4.24 Cara Pemagang membangun hubungan dengan salah satu influencer	78
Gambar 4.25 Respon Konsumen pada postingan salah satu <i>influencer</i> yaitu Magdalena yang bekerjasama dengan Bu Eva Spesial Sambal	81



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Struktur Perusahaan RINKU Agency 45



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A

Lembar Monitoring Bimbingan Magang	A-1
Formulir Pengajuan Mengikuti Program Magang	A-2
Surat Pengantar Magang	A-3
Surat Bukti Penerimaan Magang	A-4
Absensi Magang.....	A-5
Daftar Informasi Penempatan Magang	A-6
Uraian Tugas Magang.....	A-7
Daftar Evaluasi Pertama Kinerja Pemagang.....	A-8
Daftar Evaluasi Akhir Kinerja Pemagang.....	A-9
Angket Program Magang UPH untuk Perusahaan.....	A-10
Angket Program Magang UPH untuk Pemagang	A-11
Surat Keterangan Menyelesaikan Magang	A-12
Lembar Turnitin	A-13

