

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat yang telah diberikan-Nya, sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan. Tugas Akhir dengan judul “Aktivitas Divisi *Brand Communications* PT Aquavue Vision International pada Instagram @holicatid” ini ditujukan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Strata Satu Universitas Pelita Harapan, Karawaci.

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 pengerjaan Tugas Akhir ini, yaitu kepada

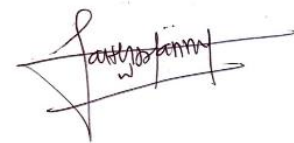
- 1) Dr. Naniek N. Setijadi, S. Pd., M. Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
- 2) Marsefio Sevyone Luhukay, S. Sos., M. Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
- 3) Agustin Diana Wardaningsih, S. E., M. I. Kom, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan banyak memberikan masukan kepada Penulis
- 4) Sigit Pamungkas, S. T., M. T., Jumadal Simamora, S. Sos., M. I. Kom., dan Agustin Diana Wardaningsih, S. E., M. I. Kom, selaku penguji Tugas Akhir
- 5) Carly Stiana Scheffer Sumampouw, S. Sos., M. Si. dan Jumadal Simamora, S. Sos., M. I. Kom, selaku Koordinator Tugas Akhir
- 6) Selvi Siregar, S. Sos., MBA., M. I. Kom, selaku Pembimbing Akademik

- 7) Para dosen yang telah senantiasa memberikan ilmu kepada pemegang selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan dan seluruh staff FISIP yang telah membantu Pemegang dalam melakukan kegiatan administratif.
- 8) Pak Willy, Bu Shierly, dan Kak Sari selaku supervisor dan mentor yang telah membimbing dan memberikan kepercayaan kepada Pemegang selama masa magang di PT Aquavue Vision International.
- 9) Kepada seluruh staff PT Aquavue Vision International yang selalu membantu dan bersikap baik kepada Pemegang dan memberikan pengalaman yang sangat berkesan selama masa magang di PT Aquavue Vision International.
- 10) Sahabat seperjuangan Tugas Akhir, Eugenia Rana yang telah membantu Pemegang dalam bentuk motivasi, tempat curhat, dan juga hal-hal lain yang berkaitan dengan tugas akhir dan juga kehidupan.
- 11) Sahabat Pemegang: Eugenia Rana, Vioni, Septi, Zakia, Nathania Amanda, Steven Christian dan Dian Tania yang telah mengisi hari-hari Pemegang selama di perkuliahan
- 12) Kepada Steven Vallian (Aceng) yang turut membantu Pemegang dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
- 13) Sahabat SMA Pemegang, yang menjadi tempat untuk *me-recharge energy* Pemegang dalam bentuk *nongkrong*, sehingga pemegang mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini. Teruntuk keluarga besar “The Real Anti Kongtai”; Natalie, Clarita, Natasha, Novi, Greffin, Gevin, Justin, Deni, Louis, Yansen, dan Agus Visen. Terima kasih banyak.

- 14) Teman seperjuangan bimbingan Mam Diana: Tiara, Nadya, Stefani, Marshella dan teman satu bimbingan TA lainnya yang sudah saling mendukung dan membantu dalam berbagai hal yang berkaitan dengan Tugas Akhir.
- 15) Seluruh teman seperjuangan yang telah bersusah payah bersama dari awal perkuliahan hingga akhir dalam menyelesaikan program S1 Ilmu Komunikasi Universitas Pelita Harapan.
- 16) Dan seluruh teman-teman Pemegang yang selalu ada dan selalu mendukung yang tidak dapat disebutkan satu persatu.
- 17) Dan terakhir dan paling *special* adalah untuk keluarga tercinta, Papi, Mami, Koko, Popo, Kung-kung, dan keluarga besar lainnya yang selalu mendukung, memberikan perhatian, kasih sayang, dan doa kepada Pemegang di dalam setiap kesempatan.

Akhir kata, Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca akan sangat bermanfaat bagi Penulis. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya

Jakarta, 5 Januari 2021



STEFFANNY

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Tujuan Magang	7
1.3. Ruang Lingkup dan Batasan	7
1.3.1. Ruang Lingkup.....	7
1.3.2. Batasan	7
1.4 Lokasi dan Waktu Magang	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. <i>Public Relations</i>	10
2.1.1. Ruang Lingkup <i>Public Relations</i>	12
2.2. Komunikasi Pemasaran	15
2.2.1. Komunikasi Perusahaan B2B	18
2.3. Peran dan Integrasi <i>Public Relations</i> dalam Upaya Komunikasi Pemasaran	20
2.4. Pengertian Merek (<i>Brand</i>)	23
2.4.1. Peranan dan Kegunaan Merek	25
2.4.2. Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	26
2.5. <i>Brand Communication</i>	26
2.6. Media Sosial	30
2.6.1. Karakteristik Media Sosial	34
2.6.2. Manfaat dari Media Sosial	35
2.7. Instagram	36
2.8. <i>Social Media Marketing</i>	40
BAB III GAMBARAN UMUM DAN PELAKSANAAN MAGANG	44
3.1. Gambaran Umum Perusahaan	44
3.2. Visi dan Misi	50
3.3. Holocat Indonesia	52
3.4. Struktur Organisasi	55
3.5. <i>Brand Communication Division</i>	57
3.6. Deskripsi Pekerjaan Pemegang	58
3.7. Kegiatan Lingkup Administrasi	59
3.8. Kegiatan Lingkup Operasional	60

BAB IV URAIAN MAGANG DAN PELAKSANAAN DAN PEMBAHASAN	63
4.1. Uraian Pelaksanaan Magang	63
4.1.1. Uraian Pelaksanaan Magang Lingkup Operasional	65
4.2. Pembahasan	79
4.2.1. Strategi <i>Public Relations</i> PT Aquavue Vision International pada merek Holicat Indonesia	79
4.2.2. Strategi Komunikasi Pemasaran PT Aquavue Vision International pada merek Holicat Indonesia	82
4.2.3. Penerapan <i>Public Relations</i> dalam Komunikasi Pemasaran pada merek Holicat Indonesia	85
4.2.4. Penerapan <i>Brand Communication</i> Holicat Indonesia	89
4.2.5. Penggunaan Media Sosial pada Holicat Indonesia	101
4.2.6. Penggunaan Instagram pada Holicat Indonesia	103
4.2.7. Strategi <i>Social Media Marketing</i> sebagai <i>tools Brand Communication</i>	108
BAB V PENUTUP	114
5.1. Kesimpulan	114
5.2. Saran	116
5.2.1. Saran Praktisi	116
5.2.2. Saran Akademis	117
DAFTAR PUSTAKA	118
LAMPIRAN
CURRICULUM VITAE

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Logo PT Aquavue Vision International	9
Gambar 2.1. Logo Instagram	37
Gambar 3.1. Logo PT Aquavue Vision International	44
Gambar 3.2. <i>Core Value</i> PT Aquavue Vision International	52
Gambar 3.3. Logo Holicat Indonesia	53
Gambar 3.4. Holicat <i>Classic Series</i>	54
Gambar 3.5. Holicat <i>Special Series</i> (3 Tone Contact Lens)	54
Gambar 4.1. Instagram Holicat Indonesia	64
Gambar 4.2. Instagram Sebelum Pemegang Masuk	66
Gambar 4.3. Instagram Setelah Pemegang Masuk	66
Gambar 4.4. <i>Moodboard</i> Instagram September 2020.....	67
Gambar 4.5. <i>Moodboard</i> Instagram Oktober 2020.....	67
Gambar 4.6. <i>Moodboard</i> Instagram November 2020	67
Gambar 4.7. Konten <i>Entertainment</i> Holicat Indonesia.....	68
Gambar 4.8. Konten <i>Event</i> Holicat Indonesia	70
Gambar 4.9. Konten <i>Education</i> Holicat Indonesia	71
Gambar 4.10. <i>Social Media Plan</i> @Holicatid September 2020	72
Gambar 4.11. <i>Social Media Plan</i> @Holicatid Oktober 2020	72
Gambar 4.12. <i>Social Media Plan</i> @Holicatid November 2020.....	72
Gambar 4.13. Konten ' <i>HolicatBae</i> '	73
Gambar 4.14. Konten <i>Holicat Series</i>	74
Gambar 4.15. <i>Chat Approach</i> Lavie Lash	75
Gambar 4.16. <i>Chat Approach</i> Studio Tropik	75
Gambar 4.17. <i>Chat Approach Key Opinion Leader/Influencers</i>	77
Gambar 4.18. <i>Mini Review</i> dari <i>Influencers</i> Mengenai Produk Holicat	78
Gambar 4.19. <i>Captions</i> @Holicatid.....	82
Gambar 4.20. Fitur <i>Instagram story</i> @Holicatid Selama Pemegang Melaksanakan Program Magang	91
Gambar 4.21. <i>Promotions Activation</i> @Holicatid	93
Gambar 4.22. <i>Marketing Event Activation</i> @Holicatid.....	94-95
Gambar 4.23. <i>Monthly Endorsement</i> Tyas Mirasih	96
Gambar 4.24. <i>Monthly Endorsement</i> Shannon Dorothea.....	96
Gambar 4.25. Logo Holicat Indonesia	98
Gambar 4.26. Nama Produk <i>Classic Series</i>	99
Gambar 4.27. Nama Produk Holicat <i>Special Series</i>	100
Gambar 4.28. Instagram Holicat Indonesia	105
Gambar 4.29. Fitur <i>Story Grand Launching</i> Holicat Indonesia	106
Gambar 4.30. Fitur <i>Feeds</i> Holicat Indonesia	107
Gambar 4.31. <i>Captions</i> Instagram Holicat Indonesia	108

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Struktur Organisasi PT Aquavue Vision International	55
Tabel 3.2. Struktur Organisasi Setelah Pemegang Masuk	58
Tabel 4.1. List Influencers / <i>Key Opinion Leader</i> Holicat Indonesia	76-77



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	A-7
Daftar Evaluasi Akhir Kinerja Pemegang.....	A-14
Angket Program Magang UPH untuk Perusahaan.....	A-15
Angket Program Magang UPH untuk Pemegang	A-16
Surat Keterangan/ Sertifikat sebagai Bukti sudah Menyelesaikan Magang 640 jam	A-17

LAMPIRAN B

Tanda Anggota PT AVI dalam Gapopin	B-1
<i>Updated Photoshoot</i> Untuk Produk Holicat Indonesia.....	B-2
Halaman Pembuatan Konten <i>Feeds</i> dan <i>Story</i> @holicatid	B-3