

Konsentrasi : Korporasi

LAPORAN PELAKSANAAN KERJA PRAKTEK
Peran Marketing Communication Grand City Convex
Surabaya
(PT. Hardayawidya Graha)



Oleh :

Maria Fransisca

1423011088

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA

2014

Peran *Marketing Communication Grand City Convex*
Surabaya

(PT. Hardayawidya Graha)

Oleh :

Maria Fransisca

1423011088

telah disetujui dan diterima dengan baik oleh:

Dosen Pembimbing,



Ignatius Rys Dedy S.Sos., M.Si.,

Tanggal : 26 September 2014

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi,



Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si
NIK. 142.09.0647

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir Kerja Praktik yang ditulis oleh MARIA FRANSISCA DEWI
KRISTIANTI, NRP : 1423011088

Telah diuji pada tanggal 12 September 2014 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji



Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom.

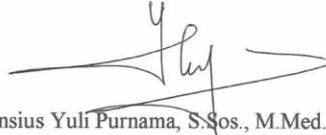
NIK. 142. 10. 0651

Mengetahui :

Dekan



Wakil Dekan I,



Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom

NIK. 142.09.0633

KATA PERSEMBAHAN

Penulis ingin mempersembahkan Laporan Pelaksanaan Kerja Praktek ini kepada Almarhum Papa tercinta, yang selama hidupnya telah memberikan banyak sekali cinta dan kasih sayang kepada penulis. Penulis merasa belum mampu membalas cinta dan kasih sayang Papa. Namun dengan terselesaikannya Laporan Pelaksanaan Kerja Praktek ini, penulis berharap dapat menjadi salah satu langkah awal bagi penulis untuk membanggakan Papa. Laporan Pelaksanaan Kerja Praktek ini juga penulis persembahkan kepada Mama dan Kakak tercinta. Kita bertiga untuk suka maupun duka. Mama terima kasih atas segala nasihat, omelan, kritikan dan bimbingan yang Mama berikan hingga penulis semakin terpacu untuk menjadi lebih baik lagi. Terima kasih untuk setiap doa yang Mama panjatkan kepada-Nya, demi lancarnya setiap urusan penulis. Kakak terima kasih telah menjadi teman terbaik dalam segala hal.

KUTIPAN KATA BIJAK :

“Tinggalkanlah kesenangan yang menghalangi pencapaian kecemerlangan hidup yang diidamkan. Dan berhati – hatilah, karena beberapa kesenangan adalah cara gembira menuju kegagalan”

(Mario Teguh)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmatnya penulis dapat menyelesaikan Laporan Pelaksanaan Kerja Praktek ini dengan mengambil judul “**Peran *Marketing Communications* di *Grand City Convex* Surabaya – PT *Hardayawidya Graha*”**. Laporan ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memenuhi mata kuliah Kerja Praktek di semester 7 (tujuh) dan sebagai salah satu persyaratan lulus dalam mencapai gelar Sarjana Strata 1 Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Katholik Widya Mandala Surabaya.

Dalam proses pengerjaan hingga terselesaikannya Laporan Pelaksanaan Kerja Praktek ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Almarhum Papa tercinta, terima kasih atas segala cinta, dukungan dan bimbingan yang telah Papa berikan. Semoga apa yang menjadi kerja keras penulis selama ini (termasuk pembuatan Laporan Pelaksanaan Kerja Praktek) dapat membuat Papa di surga bangga.
2. Mama dan Kakak, terima kasih untuk semuanya. Terima kasih untuk bimbingan dan kasih sayang yang selalu ada dalam suka maupun duka. Hingga tugas-tugas kuliah penulis (termasuk pembuatan Laporan Pelaksanaan Kerja Praktek) dapat selesai.
3. Dosen pembimbing Laporan Pelaksanaan Kerja Praktek, Ignatius Rys Deddy, terima kasih telah memberikan dukungan selama proses pengerjaan Laporan Pelaksanaan Kerja Praktek ini. Terima kasih pula atas motivasi hidup yang diberikan kepada penulis, hingga mendukung terselesaikannya Laporan Pelaksanaan Kerja Praktek ini.
4. Yuli Nugraheni S.Sos., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katholik Widya Mandala Surabaya, terima kasih atas perhatian, motivasi dan pengarahan yang diberikan selama penulis menimba ilmu di FIKOM WM.
5. Gito Sugiarto, Shanaz Ayesha, Iwan Widjaja, Tien Gunarti, Anita Sulistyawati, Gilang Anugerah, Satria Widjaya, Fanny Justicia dan semua rekan-rekan *Grand City Convex* Surabaya, terima kasih telah memberikan penulis kesempatan untuk bergabung. Terima kasih atas segala dukungan dan kerjasama yang diberikan, utamanya untuk mendukung terselesaikannya Laporan Pelaksanaan Kerja Praktek ini.

6. Seluruh sahabat, teman dan rekan-rekan penulis lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Penulis mengucapkan terima kasih untuk dukungan, motivasi, arahan, kritik dan saran yang telah diberikan.

Laporan Pelaksanaan Kerja Praktek ini dibuat dengan harapan dapat memperkaya teori tentang peran dan tugas *marketing communications*. Sekaligus dengan tanpa mengurangi rasa hormat, memberikan masukan bagi *Grand City Convex* Surabaya di bidang *marketing communications*.

Namun penulis sadara, bahwa apa yang sudah penulis buat tidaklah sempurna. Maka penulis sangat terbuka akan kritik dan saran yang membangun.

Surabaya, September 2014

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Kata Persembahan	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	vi
Ringkasan	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Pokok Bahasan	3
I.3 Tujuan Kerja Praktek	3
I.4 Manfaat Kerja Praktek	3
I.5 Ruang Lingkup Kerja Praktek	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
II.1 <i>Marketing Communnications</i>	4
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN KERJA PRAKTEK	7
III.1 Gambaran Umum PT Hardayawidya Graha	7
III.1.1 Profil PT Hardayawidya Graha	10
III.1.2 Visi dan Misi PT Hardayawidya Graha	11
III.1.3 Logo PT Hardayawidya Graha	11
III.1.4 Struktur Organisasi PT Hardayawidya Graha	13
III.2 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Kegiatan Kerja Praktek	13
III.2.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan	13
III.2.2 Aktivitas Praktek Kerja Lapangan	14
III.3 Hasil atau Temuan	26
III.4 Pembahasan	31
III.4.1 <i>Integrated Marketing Communications</i>	32
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	35
IV.1 Simpulan	35
IV.1 Saran	36
DAFTAR PUSTAKA	37

RINGKASAN

Marketing communications adalah suatu proses organisasi untuk menyatu dengan berbagai ragam audiens. Proses yang dijalani adalah dengan mengerti setiap lingkungan dari *audiens* tersebut. Organisasi kemudian mencoba untuk mencari dan mengembangkan serta mempersembahkan suatu pesan kepada kelompok *stakeholder* yang dipilih. Tujuannya adalah mengemas suatu pesan dengan memasukan nilai-nilai tertentu untuk mendorong sikap, emosi dan kebiasaan *audiens*.

Perkembangan zaman dan munculnya berbagai inovasi pada piranti komunikasi, pesan dan khalayak mendorong perusahaan untuk mengembangkan komunikasi pemasaran terintegrasi (*integrated marketing communications – IMC*). Salah satu perusahaan yang menempatkan posisi *Public Relations* sebagai *Marketing Public Relations* atau *Marketing Communications* adalah *Grand City Convex* Surabaya. *Grand City Convex* Surabaya adalah sebuah perusahaan berorientasi bisnis dan bergerak dalam bidang penyewaan *Exhibition* dan *Convention Hall*. *Business of MICE* sendiri (Meeting, Invention, Convention, Exhibition), menjadi industri yang saat ini sedang tumbuh pesat di Indonesia. Sebagai salah satu negara berkembang paling potensial (jumlah penduduk yang banyak dan tingkat pertumbuhan ekonomi yang kondusif), Indonesia menjadi salah satu destinasi *MICE* internasional. Jenis kegiatan yang pernah dihelat di *Grand City Convex* Surabaya juga beragam, mulai pembahasan politik, ekonomi, sosial (*World Economic Forum, APEC*) hingga acara bernuansa hiburan (konser musik artis internasional, *gala dinner Miss Universe*, dll).

Demi menjaga konsistensi *Grand City Convex* Surabaya, sebagai tempat terselenggaranya *event* berskala nasional dan internasional peran seorang *marketing communications* sangatlah penting. Oleh karena itu, penulis ingin melihat peran *marketing communications* di *Grand City Convex* Surabaya. Hal yang mendasari penulis memilih *Grand City Convex* Surabaya sebagai tempat kerja praktek, dikarenakan *Grand City Convex Surabaya* adalah satu-satunya Mall di Surabaya dengan penggabungan konsep *Mall* dengan *Exhibition Convention* yang bertaraf internasional, dengan beragam event baik berskala kecil maupun besar.

Kata kunci : *public relation, marketing communications, Grand City Mall and Convex Surabaya, MICE, event*