

LAPORAN KERJA PRAKTEK
PRAKTIK KERJA DIVISI *MARKETING COMMUNICATION* DI R2M
MODELS MANAGEMENT SURABAYA



Oleh:

EVI SETIAWAN

NRP: 1423011024

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2014

PRAKTIK KERJA DIVISI *MARKETING COMMUNICATION* DI R2M
MODELS MANAGEMENT SURABAYA

Oleh:

EVI SETIAWAN

NRP: 1423011024

telah disetujui dan diterima dengan baik oleh:

Dosen Pembimbing,





Ignatius Rys Deddy S.Sos, M.Si

NIK. 142.10.0378

Tanggal: 12 Februari 2015

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi,

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

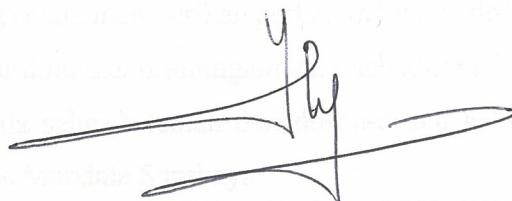
HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN TUGAS AKHIR KERJA PRAKTEK YANG DITULIS OLEH:

EVI SETIAWAN NRP: 1423011024

TELAH DIUJI PADA TANGGAL 29 Januari 2015 DAN DINYATAKAN
LULUS OLEH TIM PENGUJI

KETUA TIM PENGUJI



FINSSENSIUS YULI P S.Sos, M.Med.Kom.

NIK.142.09.0633

MENGETAHUI;

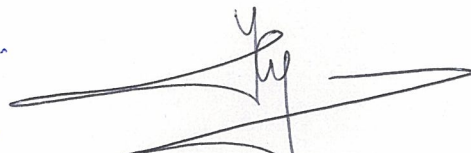
DEKAN,



YULI NUGRAHENI S.Sos, M.Si

NIK.142.09.0647

WAKIL DEKAN I,



FINSSENSIUS YULI P S.Sos, M.Med.Kom.

NIK.142.09.0633

KATA PERSEMBAHAN

Menjadi pribadi yang sukses dan mendapatkan gelar sarjana adalah motivasi penulis untuk menyelesaikan kerja praktek ini. Berbagai rintangan dan pengalaman baru telah dilalui penulis selama kerja praktek, semua ini tidak terlepas dari tuntunan dari Tuhan Yang Maha Esa. Dengan terselesaikannya laporan kerja praktek ini tidak membuat penulis untuk berhenti belajar, memotivasi dan mengasah diri untuk terus berkembang dan sukses.

Sebuah hidup tanpa perjuangan, usaha, maupun doa tidak ada gunanya. Seperti halnya manusia yang tidak akan bisa untuk hidup tanpa bantuan orang lain. Disinilah peran orang disekeliling kita yang bersedia untuk membantu dan membagikan informasinya. Seperti halnya teman yang selalu memberikan perhatian hingga dosen-dosen yang baik dan tanpa pamrih membagikan ilmu dan bimbingannya. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada seluruh teman dan dosen-dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

“If you can dream it, you can do it”

~Walt Disney

KATA PENGANTAR

Pertama-tama penulis memanjatkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan tuntunannya penulis masih diberikan kehidupan untuk melakukan kerja praktek dan membuat laporan ini hingga selesai. Penulis mampu menyelesaikan Laporan Kerja Praktek dengan judul *PRAKTIK KERJA DIVISI *MARKETING COMMUNICATION* DI R2M MODELS MANAGEMENT SURABAYA*. Laporan ini penulis susun sebagai salah satu bentuk tanggung jawab dan syarat yang harus dilalui untuk menuntaskan studi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Widya Mandala Surabaya. Selain itu, dengan adanya kerja praktek lapangan ini dapat memberikan pengalaman baru bagi penulis karena penulis dapat terjun langsung ke lapangan yang dilakukan oleh suatu perusahaan yang tidak didapatkan saat di bangku kuliah.

Di balik terselesaikannya laporan kerja praktek ini, terdapat banyak pihak-pihak yang membantu serta mendukung penulis untuk dapat menyelesaikan laporan ini. Oleh sebab itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang selalu memberikan rahmat kebijaksanaannya dan selalu menuntun penulis hingga dapat menyelesaikan laporan ini.
2. Orangtua saya yang paling saya hormati, Bapak Ir. Chandra Setiawan dan Ibu Roostiawati Ismanto, terimakasih banyak atas doa maupun semangat yang diberikan penulis dapat menyelesaikan laporan ini dengan lancar.
3. Bapak Ignatius Rys Deddy, S.Sos, M.Si yang merupakan dosen pembimbing yang selalu memberikan motivasi dan ilmunya hingga terselesaikannya laporan ini dengan baik.
4. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

5. Kepada seluruh agency R2M Models Management Surabaya yang sangat setia membimbing penulis saat kerja praktek dan membantu memberikan data sehingga laporan ini tersusun dengan baik.
6. Selain itu kepada senior saya tercinta miss Happy Debora Pelenkahu yang sangat setia membantu dan memberikan semangat kepada penulis dan memberikan arahan sehingga laporan ini dapat terselesaikan dan juga teman satu *agency* Ko David, Aurellio S, Kak Indah, Anton S yang sudah menemani saat masa kerja praktek, dan seluruh teman-teman FIKOM Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari dalam laporan ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran demi perbaikan dan kesempurnaan laporan ini. Semoga laporan kerja praktek ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan pembaca pada umumnya. Terimakasih.

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Kata Persembahan.....	iv
Kata Pengantar.....	v
Daftar Isi.....	vii
Daftar Gambar.....	ix
Daftar Bagan.....	x
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Lampiran.....	xii
Ringkasan.....	xiii
BAB I. Pendahuluan.....	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Bidang Kerja Praktek.....	4
I.3 Tujuan Kerja Praktek.....	5
I.4 Manfaat Kerja Praktek.....	5
BAB II. Tinjauan Pustaka	6
II.1 <i>Public Relations</i>	6
II.1.1 Fungsi Hubungan Masyarakat (<i>Public Relations</i>)	6

II.2 Komunikasi Pemasaran (<i>MarketingCommunication</i>)	8
II.3.KegiatanHubunganMasyarakat(<i>PublicRelationsActivity</i>)	9
II.4.Prinsip HubunganMediaMassa yang Baik.....	11
BAB III. Hasil dan pembahasan Kerja Praktek.....	13
III.1. Gambaran Umum Kerja Praktek.....	13
III. 1.1 Profil Perusahaan	13
III.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	15
III. 1.3 Logo R2M <i>Management</i> Surabaya	16
II.2. Waktu dan Pelaksanaan Kegiatan Kerja Praktek	16
III.2.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan	16
III.2.2.Aktivitas Praktek Kerja Lapangan	17
III.3. Hasil dan temuan.....	18
III.4. Pembahasan.....	20
III.4.1. Komunikasi pemasaran (<i>Marketing Communication</i>)	20
III.4.2. Proses Komunikasi Pemasaran	21
III.4.3. Tujuh cara untuk tolak ukur dalam kegiatan <i>Marketing Public Relations</i>	22
BAB IV. Simpulan dan Saran.....	24
IV.1 Simpulan.....	24
IV. 2 Saran.....	25
Daftar Pustaka.....	26

DAFTAR GAMBAR

Gambar III.1 : Logo R2M Models Management.....	16
--	----

GAMBAR BAGAN

Bagan III. 1 : Struktur Organisasi R2M Models Management.....	14
---	----

GAMBAR TABEL

Tabel III.1 : Profil Singkat R2M Models Management.....	13
Tabel III.2 : Jadwal Aktifitas Penulis.....	17

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : *Curriculum Vitae*, Surat Permohonan Kerja Praktek, Surat Ijin Kerja

Praktek.....27

Lampiran 2 : Kegiatan *Marketing Communication* penulis selama

kerja praktek di R2M.....33

RINGKASAN

Penting bagi sebuah perusahaan untuk membangun citra/*image* yang positif di mata masyarakat. Untuk menyampaikan pesan bahwa suatu perusahaan mempunyai citra/*image* yang baik pun memerlukan penghubung antara perusahaan dan publiknya. Oleh karena itulah suatu perusahaan memerlukan sumber daya manusia yang memadai dan handal dibidangnya, serta komunikasi yang baik di dalam maupun di luar perusahaan. Peran seorang *public relations* merupakan jawaban yang dibutuhkan oleh sebuah perusahaan tersebut.

Public relations merupakan fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang memengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut. Salah satu tugas *public relations* adalah membuat dan melaksanakan program-program tanggung jawab sosial perusahaan.

Komunikasi Pemasaran (*Marketing Communication*) adalah aspek penting dalam keseluruhan misi pemasaran serta penentu suksesnya pemasaran. Dalam menjalankan tugas tersebut dibutuhkan hubungan baik dengan publiknya, setiap perusahaan mempunyai strategi, usaha dan menjalankan beberapa bentuk kegiatan yang berbeda-beda. Seperti : iklan, *personal selling*, promosi penjualan, *public relations*, atau dengan *direct marketing*.

Sama halnya dengan salah satu *agency* model yang ada di Surabaya yaitu R2M Management Surabaya mempunyai program-program yang bersifat positif sehingga dapat membentuk citra/*image* yang baik di mata masyarakat. Oleh karena itu, R2M Management Surabaya mulai menyadari akan pentingnya peran seorang *Marketing Communication* dalam kegiatan bisnisnya. Bagi *Marketing Communication* R2M Management menjalin hubungan yang baik dengan *public* sangat diperlukan.

Kata Kunci : *Marketing Communication, Public relations, R2M Management*