

Konsentrasi : Korporasi

LAPORAN KERJA PRAKTEK

Peran Marketing Public Relations di

PT. Hume Sakti Indonesia Surabaya

(Central Cipta Murdaya Group)



Oleh :

Petrus Clever Vincendy Vata Dewa

1423011069

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

2014

HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN TUGAS AKHIR KERJA PRAKTEK YANG DITULIS OLEH
PETRUS CLEVER VINCENDY VATA DEWA. NRP.1423011069.

TELAH DIUJI PADA TANGGAL 31 OKTOBER 2014 DAN DINYATAKAN
LULUS OLEH TIM PENGUJI

KETUA TIM PENGUJI

NAMA: FINSSENSIUS YULI PURNAMA, S.SOS.,

NIK : 142090633

MENGETAHUI,

DEKAN,

WAKIL DEKAN I,

YULI NUGRAHANI S.Sos ., M.Si. FINSSENSIUS YULI P. S.Sos., M.MedKom

NIK.142090647

NIK. 142090633

KATA PERSEMBAHAN

Penulis ingin mempersembahkan Laporan Pelaksanaan Kerja Praktek ini kepada Ayah tercinta, yang selama hidupnya banyak memberikan pengarahan yang penting serta kritikan yang membuat penulis termotivasi untuk berbuat dan menghasilkan yang lebih. Namun dengan terselesaikannya Laporan Pelaksanaan Kerja Praktek ini, penulis berharap dapat menjadikan salah satu awal yang baik untuk dapat membuktikan kepada Ayah tercinta bahwa penulis mampu untuk menjadi lebih baik daripada Ayah. Laporan pelaksanaan kerja praktek ini juga penulis persembahkan kepada teman-teman yang selalu mendukung satu lain agar tidak cepat putus asa demi menggapai masa depan yang diharapkan bersama.

KUTIPAN KATA BIJAK :

“Mulailah Sebuah Perjalanan Dengan Tujuan dan Akhir yang Jelas”

-Joko Widodo

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 Public Relations di PT Hume Sakti Indonesia Surabaya – Central Cipta Murdaya Group**”. Laporan ini diajukan sebagai salah satu persyaratan lulus dalam mencapai gelar Sarjana Strata 1 Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam proses pengerjaan hingga terselesaikannya Laporan Pelaksanaan Kerja Praktek ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Terutama dari Tuhan Yang Maha Esa, terimakasih kepada yang maha kuasa atas setiap dorongan batin dan berkat serta rahmat yang berlimpah kepada penulis sehingga penulis diberikan kesehatan selama melakukan kerja praktek dan diberikan jalan yang lurus sehingga memudahkan penulis untuk melakukan proses kerja praktek.

Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar – besarnya juga kepada :

1. Ayah tercinta, terimakasih telah memberikan berbagai kritik tentang segala perbuatan saya sehingga menjadikan setiap kritik tersebut sebagai motivasi untuk menyelesaikan Laporan Kerja Praktek.
2. Dosen Pembimbing dan Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Yuli Nugraheni S.Sos., M.Si, terimakasih atas perhatian, motivasi dan pengarahan yang diberikan selama penulis menimba ilmu di FIKOM WM.
3. Andrew Suryono, selaku General Manager PT Hume Sakti Indonesia, terimakasih atas semua cobaan – cobaan yang diberikan kepada penulis serta arahan yang baik kepada penulis sehingga menjadikan penulis lebih menghargai waktu serta membantu penulis agar dapat berpikir lebih dewasa.

4. Maria Fransisca Dewi Kristianti, terimakasih telah terus mendorong, menemani, mengkritik, serta telah menjadi motivator yang baik selama penulis mengerjakan Laporan Kerja Praktek.
5. Kak Kristianto Budiman , terimakasih telah menjadi kakak yang baik untuk penulis dan menjadi pembimbing yang baik pula untuk penulis.
6. Arthur Krisanto, selaku Manager Marketing di PT Hume Sakti Indonesia, terimakasih atas bimbingan selama penulis melakukan kerja praktek serta kritik dan sarannya.

Laporan Pelaksanaan Kerja Praktek ini dibuat dengan harapan dapat memperkaya teori tentang peran dan tugas *Marketing Public Relations*. Sekaligus dengan tanpa mengurangi rasa hormat, memberikan masukan bagi PT Hume Sakti Indonesia Surabaya di bidang *Marketing Public Relations*.

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

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	x
BAB I PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang.....	1
I.2 Pokok Bahasan	2
I.3 Tujuan Kerja Praktek.....	2
I.4 Manfaat Kerja Praktek	2
I.5 Ruang Lingkup	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
II.1 <i>Marketing Public Relations</i> Sebagai Bagian Dari <i>Public Relations</i>	4
II.2 Tugas Divisi <i>Marketing Public Relations</i>	5
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN KERJA PRAKTEK	8
III.1 Gambaran Umum PT. Hume Sakti Indonesia (HSI)	8

III.1.1 Profil PT. Hume Sakti Indonesia	11
III.1.2 Visi dan Misi PT. Hume Sakti Indonesia	11
III.2 Waktu dan Pelaksanaan Kerja Praktek	12
III.2.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan	12
III.2.2 Aktifitas Praktek Kerja Lapangan	12
III.3 Hasil dan Temuan	17
III.4 Pembahasan.....	19
III.4.1 Peran Marketing Public Relations	19
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	22
IV.1 Kesimpulan	22
IV.2 Saran	22
DAFTAR PUSTAKA.....	24
LAMPIRAN	25

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Tabel Spesifikasi Tiang Beton Listrik	9
Gambar 2. Tabel Spesifikasi Tiang Beton Bulat	10

DAFTAR LAMPIRAN

DESIGN	26
Logo Perusahaan : Baru.....	26
Contoh Piagam Penghargaan.....	26
Cover Depan Company Profile.....	27
Cover Belakang Company Profile.....	28
Isi Company Profile.....	29
Iklan Dalam Buku Seminar	35
Foto Tamu Dari PLN Untuk Proyek Tiang WiFi	36
Logo Yang Pernah Diajukan	38
Cover Company Profile Yang Pernah Diajukan.....	41
TES RUTIN KELAYAKAN PEGAWAI BARU PERIODE 1	42
TES RUTIN KELAYAKAN PEGAWAI BARU PERIODE 2	43
TES RUTIN KELAYAKAN PEGAWAI BARU PERIODE 4	45
POWER POINT PRESENTATION PT.HUME SAKTI INDONESIA.....	46

ABSTRAK

Harris (dalam Kriyantono, 2008, hal : 58) menyatakan bahwa *Marketing Public Relations (MPR)* didefinisikan sebagai proses perencanaan, eksekusi dan evaluasi program-program yang mendorong atau menganjurkan pembelian dan kepuasan konsumen melalui komunikasi yang kredibel dalam menyampaikan informasi dan menciptakan impresi yang mengidentifikasi perusahaan dan produknya dengan kebutuhan, keinginan, perhatian, dan kepentingan konsumen.

Salah satu perusahaan yang menempatkan lini *Marketing Public Relations* sebagai penghubung utama dengan para klien adalah PT Hume Sakti Indonesia (HSI). Selama lebih dari 30 tahun, PT Hume Sakti Indonesia telah bergerak di bidang beton dengan pemasaran berskala nasional maupun internasional.

HSI mengusung mempunyai motto, “Tepat mutu, Tepat waktu, Tepat guna”. Melalui motto ini, HSI ingin membuat calon pelanggan merasa nyaman dan aman serta mempercayakan segala macam proyeknya kepada HSI. Melalui divisi *Marketing Public Relations*-nya, HSI ingin memperkuat posisi mereka di tengah persaingan menuju Masyarakat Ekonomi ASEAN tahun 2015.

Penulis melaksanakan kerja praktek selama tiga bulan di HSI. Selama kurun waktu tersebut, penulis banyak belajar berbagai hal dalam kaitannya dengan duni *Marketing Public Relations*. Mulai dari menyusun *company profile* dan beberapa terbitan lain hasil perusahaan. Penulis juga mendampingi senior di HSI untuk *meeting* dan presentasi dengan klien.

Berdasarkan hasil kerja praktek yang telah dilakukan, penulis dapat mengambil beberapa kesimpulan. Bahwa divisi *Marketing Public Relations* di HSI memiliki tugas sebagai jembatan antara perusahaan dengan para klien, khususnya dalam hal pengenalan perusahaan, produk dan jasa, serta memberikan jawaban atas setiap masalah klien yang bersangkutan dengan perusahaan. Sebagai jembatan dengan pra klien, divisi *Marketing Public Relations* di HSI juga terus berpartner bersama divisi *Marketing* terutama pada saat melakukan pengenalan produk dimana divisi *Marketing* yang akan lebih menjelaskan secara detail atas produk yang perusahaan miliki sedangkan divisi *Marketing Public Relations* hanya secara garis besar saja.

Kata kunci : Komunikasi, Komunikasi Korporasi, *Public Relations*, *Marketing Public Relations*, *Peran Marketing Public Relations*.