

**LAPORAN TUGAS AKHIR**  
**AKTIVITAS TIM *MARKETING COMMUNICATION* PT. SUARA**  
**MERDEKA PRESS DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF**  
**PERUSAHAAN MELALUI KEGIATAN *SPECIAL EVENT***



Disusun Oleh :

**Nanda Yuan Ramadhani**

**D1616035**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Ahli Madya (A. Md)  
Dalam Bidang Hubungan Masyarakat

**PROGRAM STUDI DIPLOMA III KOMUNIKASI TERAPAN**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS SEBELAS MARET**  
**SURAKARTA**

**2019**

## PERSETUJUAN

### AKTIVITAS TIM *MARKETING COMMUNICATION* PT. SUARA MERDEKA PRESS DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF PERUSAHAAN MELALUI KEGIATAN *SPECIAL EVENT*



Disusun Oleh :

Nanda Yuan Ramadhani

D1616035

Ditujukan untuk dipertahankan dihadapan Panitia Ujian Tugas Akhir  
Program Studi Diploma III Komunikasi Terapan  
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik  
Universitas Sebelas Maret Surakarta

Surakarta,  
Pembimbing,

Mahfud Anshori, S.Sos., M.Si

NIP. 19790908 200312 1 001

## PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diuji dan disahkan oleh Panitia Ujian Tugas Akhir  
Program Studi Diploma III Komunikasi Terapan  
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik  
Universitas Sebelas Maret Surakarta

Pada Hari : Selasa  
Tanggal : 9 Juli 2019

Disusun Oleh :  
Nanda Yuan Ramadhani  
D1616035

Panitia Ujian Tugas Akhir  
Tangan

1. Penguji 1
2. Penguji 2

Nama

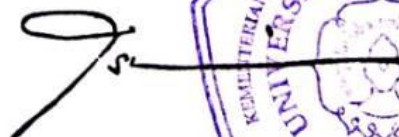
Dra. Wahyuning Chumaeson, M.Si  
Mahfud Anshori, S.Sos., M.Si

Tanda



Mengetahui,

Dekan,



Prof. Dr. Ismi Dwi Astuti Nurhaeni, M.Si

NIP. 196108251986012001

**PERNYATAAN**

Nama : Nanda Yuan Ramadhani  
NIM : D161603  
Program Studi : Diploma III Hubungan Masyarakat

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tugas akhir berjudul “Aktifitas Tim *Marketing Communication* PT. Suara Merdeka Press Dalam Membangun Citra Positif Melalui Kegiatan *Special Event*” adalah betul-betul karya sendiri yang ditulis berdasarkan kegiatan magang di PT. Suara Merdeka Press.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang saya peroleh dari tugas akhir tersebut.

Surakarta,

Yang Membuat

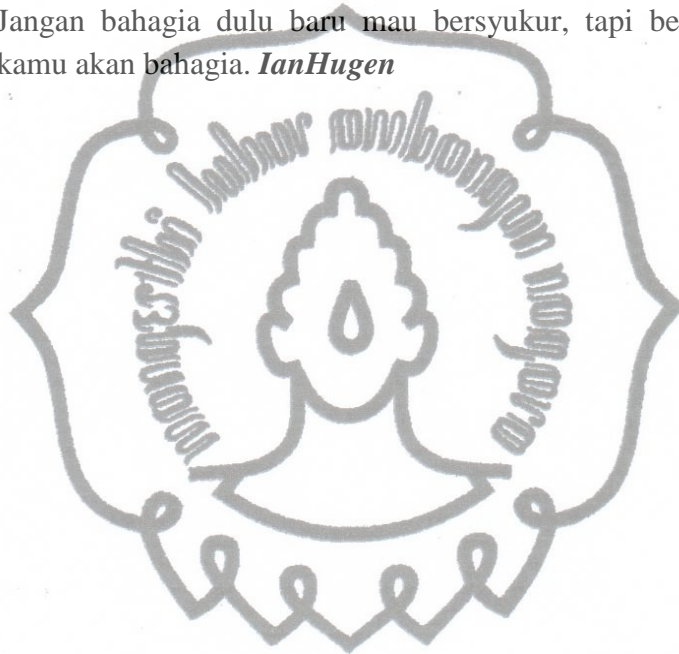
Pernyataan,



Nanda Yuan Ramadhani

## MOTTO

- Yang pasti, kalau kita tidak mencoba, ya pasti sudah gagal. **Merry Riana**
- Jangan meredupkan cahaya orang lain agar terlihat lebih bersinar, tapi bersinarlah untuk menerangi jalan orang lain. **Teduuuh**
- Jangan bahagia dulu baru mau bersyukur, tapi bersyukurlah maka kamu akan bahagia. **IanHugen**



## PERSEMBAHAN

Laporan Tugas Akhir ini dipersembahkan penulis kepada :

1. Kedua orang tua, yang telah memberikan dukungan berupa materi dan moral berupa do'a serta menjadi motivator terbesar dalam hidup dengan kesabaran dan pengorbanan hingga saat ini. Serta anggota adik penulis dirumah.
2. Teman-teman D III Hubungan Masyarakat 2016, yang telah menemani dan banyak membantu penulis mulai dari awal perkuliahan hingga penghujung kuliah. Semoga dapat bertemu kembali di lain waktu, dan sukses untuk semuanya.
3. Teman-teman yang berada di sekitar penulis Davino, Adelia, Meike, Beba, Hanita, Arsena, Angistya, Pita, Sonia sudah memberikan dukungan dan semangat.
4. Seluruh karyawan Tim *Marketing Communication* PT. Suara Merdeka Press.



## KATA PENGANTAR

Pertama, penulis memanjatkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas kasih sayang, dan karunia-Nya, penulis diberikan kemampuan untuk dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Penulis menyadari dengan sepenuh hati bahwa hanya dengan kodrar, irodat, dan pertolongan Tuhan Yang Maha Esa semata-mata penulis tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.

Maksud dan tujuan dari penulisan Tugas Akhir ini adalah untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Ahli Madya pada jurusan D III Komunikasi Terapan minat Hubungan Masyarakat di Universitas Sebelas Maret Surakarta. Selain itu, penulis dapat menerapkan teori dan ilmu yang di dapat pada saat melaksanakan perkuliahan ke dalam dunia kerja nyata.

Penulis menyadari sebagai manusia dengan segala keterbatasan yang penulis miliki, bahwa penyelesaian penyusunan tugas akhir ini dibantu oleh berbagai pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu sehingga Tugas Akhir yang berjudul “Aktivitas Tim *Marketing Communication* PT. Suara Merdeka *Perss* Dalam Membangun Citra Positif Perusahaan Melalui Kegiatan *Special Event*” ini mampu selesai sesuai dengan waktu yang ditentukan.

Maka dari itu, penulis secara khusus dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih dan rasa hormat yang setulus-tulusnya, dan yang setinggi-tingginya kepada :

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya pada penulis.

2. Kedua Orang Tua penulis dirumah, Bapak Antok dan Ibu Ida Yuliana yang selalu memberikan nasihat, mendoakan penulis, dan memberikan semangat dukungan yang tak henti-hentinya.
3. Seluruh keluarga besar penulis, yang telah memberikan dukungan semangat, dan do'a.
4. Mahfud Anshori, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing tugas akhir yang sudah memberikan bimbingan, arahan, serta masukan dan motivasi sehingga terwujudnya tugas akhir ini.
5. Prof. Dr. Ismi Dwi Astuti Nugraheni, M. Si selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik.
6. Mahfud Anshori, S.Sos, M.Si selaku kepala program studi DIII Komunikasi Terapan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik.
7. Joko Suranto, S.Sn., M.Hum selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan pengarahan, dan semangat penulis pada saat perkuliahan.
8. Agung Mumpuni, M.Icom selaku *Manager Marketing Communication* PT. Suara Merdeka Press yang telah memberikan pengarahan, dan ilmu selama Kuliah Kerja Media.
9. Seluruh karyawan PT. Suara Merdeka Press yang berada pada divisi *Marketing Communication* yang telah memeberikan motivasi, dan pengalaman yang membahagiakan di dunia kerja.
10. Teman-teman magang di PT. Suara Merdeka Press Yoga, Vika, Dini, dan Ariyandi yang telah menemani penulis dan membagi kebahagiaan, keluh kesah saat melaksanakan KKM sehingga menjadikan suasa magang menjadi menyenangkan.



11. Angistiya Kartika sahabat sekaligus teman seperjuangan yang selalu ada, *partner* selama perkuliahan, tempat berbagi tawa, canda, semangat, emosi, dan keluh kesah. *Partner* dalam proses pengerjaan tugas akhir yang senantiasa untuk mengerjakan bersama dengan suasana cafe yang nyaman agar dapat mengerjakan tugas akhir dengan *enjoy*.
12. Keluarga Berencana yang telah mau membantu dan senantiasa menjadi teman dekat penulis di masa perkuliahan.
13. Team Kos Pink : Reisida, Rahma yang telah memberikan bantuan penulis berupa hiburan, canda tawa ketika penulis mengalami kejenuhan.
14. Meike, Adelia, Davino, Hanita, Arsena yang memberikan semangat dan tekanan kepada penulis untuk segera mengerjakan tugas akhir agar kelak melaksanakan siding tugas akhir.
15. Teman-teman seperjuangan *Public Relations* angkatan 2016 terimakasih atas kebersamaan, teman berjuang menerjang *deadline*, serta pemberi memori indah semasa perkuliahan yang tidak akan terulang kedua kali.
16. Kepada pihak-pihak yang lain yang tidak mungkin penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan semangat, dan dorongan secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis merasa bahwa dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir ini masih mengalami beberapa kesulitan dan hambatan, maka dari itu penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kata. Penulis menghargakan adanya saran dan kritik yang membangun dari semua pihak. Semoga Laporan Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat dan informasi kepada semua pihak yang berkepentingan.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO.....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>RINGKASAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Tujuan Kuliah Kerja Media (KKM).....	7
C. Manfaat Kuliah Kerja Media (KKM).....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
A. Komunikasi.....	10
B. Definisi <i>Public Relations</i> .....	11
C. Peran <i>Public Relations</i> .....	13
D. Fungsi <i>Public Relations</i> .....	15
E. Tugas <i>Public Relations</i> .....	16
F. Tujuan <i>Public Relations</i> .....	18
G. Ruang Lingkup <i>Public Relations</i> .....	20

H. Definisi Komunikasi Pemasaran ( <i>Marketing Communication</i> )..	21
I. Definisi Marketing <i>Public Relations</i> .....	25
J. Definisi Citra.....	27
K. Jenis Citra.....	29
L. Fungsi dan Tujuan Citra.....	30
M. Definisi <i>Special Event</i> .....	32
N. Bentuk <i>Special Event</i> .....	35
<b>BAB III DESKRIPSI PERUSAHAAN.....</b>	<b>37</b>
A. Gambaran dan Sejarah PT. Suara Merdeka Press.....	37
B. <i>Tagline</i> PT. Suara Merdeka Press.....	42
C. Visi dan Misi PT. Suara Merdeka Press.....	43
D. Struktur Organisasi PT. Suara Merdeka Press.....	44
E. <i>Marketing Communication Departement</i> PT. Suara Merdeka Press.....	45
F. Struktur Organisasi Departemen <i>Marketing Communication</i> PT. Suara Merdeka Press.....	46
G. Lokasi PT. Suara Merdeka Press.....	48
H. Logo PT. Suara Merdeka Press.....	49
<b>BAB IV HASIL PELAKSANAAN MAGANG.....</b>	<b>50</b>
A. Pelaksanaan Kuliah Kerja Media.....	50
B. Aktivitas Kuliah Kerja Media.....	51
1. Dua Minggu Pertama 22 Februari s/d 8 Maret 2019.....	51
2. Dua Minggu Kedua 11 Maret s/d 22 Maret 2019.....	53
3. Dua Minggu Ketiga 25 Maret s/d 5 April 2019.....	57
4. Dua Minggu Keempat Lebih Sepuluh Hari 8 April s/d 2 Mei 2019.....	59
C. Aktivitas Tim <i>Marketing Communication</i> PT. Suara Merdeka Press.....	61

<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>69</b>
A. Kesimpulan.....	69
B. Saran.....	72

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT. Suara Merdeka Press.....	45
Gambar 3.2 Struktur Organisasi Departemen <i>Marketing Communication</i> PT. Suara Merdeka Press.....	47
Gambar 3.3 Logo Suara Merdeka.....	49
Gambar 3.4 Logo Suara Merdeka <i>Network</i> .....	49
Gambar 3.5 Logo Suara Merdeka.....	49
Gambar 4.1 Lampiran Foto Kegiatan Dua Minggu Pertama.....	52
Gambar 4.2 Lampiran Foto Kegiatan Dua Minggu Kedua.....	54
Gambar 4.3 Lampiran Foto Kegiatan Dua Minggu Kedua.....	56
Gambar 4.4 Lampiran Foto Kegiatan Dua Minggu Ketiga.....	58
Gambar 4.5 Lampiran Foto Kegiatan Dua Minggu Keempat.....	60

Nanda Yuan Ramadhani. D1616035. 2019. “**Aktivitas Tim *Marketing Communication* PT. Suara Merdeka Press Dalam Membangun Citra Positif Perusahaan Melalui Kegiatan *Special Event*”**. Tugas Akhir. Program Studi DIII Komunikasi Terapan. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Sebelas Maret Surakarta.

## RINGKASAN EKSEKUTIF

Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Media (KKM) guna untuk melengkapi syarat mendapatkan gelar Ahli Madya (A.Md) Diploma III Komunikasi Terapan Jurusan *Public Relations* Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Pelaksanaan KKM ini dapat digunakan penulis untuk menerapkan teori-teori yang sudah didapatkan selama perkuliahan ke dalam dunia kerja nyata, sehingga dapat meningkatkan kreatifitas dan *profesionalisme* mahasiswa yang nantinya dapat mempersiapkan diri menghadapi persaingan di era globalisasi.

*Public Relations* adalah bidang yang berkaitan dengan mengelola citra dan reputasi seseorang ataupun lembaga di mata publik. Maka dari itu, perusahaan tidak lepas dari seorang *Public Relations* untuk membangun citra positif pada perusahaan tersebut, dengan cara menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antar lembaga atau organisasi dengan publik *internal* maupun *eksternalnya*. Dalam *Marketing Communication* seorang *Public Relations* juga diperlukan untuk *instrument* dalam membangun kepercayaan terhadap citra perusahaan atau manfaat atas produk yang ditawarkan. Citra yang baik dapat membuat organisasi atau perusahaan tetap hidup berdampingan dengan masyarakat yang ada di sekitarnya. *Public Relations* memiliki berbagai cara bagaimana untuk menjaga citra positif organisasi atau perusahaan salah satunya melalui kegiatan *special event*.

PT. Suara Merdeka mengimplementasikan program kegiatan-kegiatan *special event* dengan tujuan untuk membangun citra positif kepada publiknya melalui divisi *Marketing Communication*. Dibuatnya program kegiatan *special event* yang sering dilaksanakan oleh tim marcomm Suara Merdeka agar lebih dekat dengan publiknya sekaligus *customernya*. Kegiatan-kegiatan *special event* ini juga dirancang sebaik mungkin oleh tim marcomm agar nantinya akan berdampak positif terhadap publik sekaligus perusahaan. Pada penulisan tugas akhir ini, pembahasan terfokus kepada pembahasan *eksternal* perusahaan mengenai kegiatan *special event* oleh Tim *Marketing Communication* PT. Suara Merdeka.



Keberhasilan suatu perusahaan tidak terlepas dengan adanya seorang *Public Relations*. Aktivitas Tim *Marketing Communication* PT. Suara Merdeka dalam membangun citra positif perusahaan Melalui Kegiatan *Special Event* inilah yang merupakan kegiatan *eksternal* perusahaan sehingga dapat memberikan dampak untuk perkembangan dan kemajuan perusahaan.

Kata kunci : *Marketing Communication*, PT. Suara Merdeka, citra positif, kegiatan *special event*.

