



© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

## **PERAN *MARKETING COMMUNICATION* DAN *ENGAGEMENT SECTION* DI *CORPORATE COMMUNICATION AND DEVELOPMENT GROUP* PT JASA MARGA**



ALMADIAH STABITA

**Sekolah Vokasi**  
College of Vocational Studies



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI  
SEKOLAH VOKASI  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2022**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



## PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Peran *Marketing Communication* dan *Engagement Section* di *Corporate Communication and Development Group* PT Jasa Marga” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2022

Almadiyah Stabita  
J3A119017



**Sekolah Vokasi**  
College of Vocational Studies

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang memurnikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



## RINGKASAN

ALMADIAH STABITA. Peran *Marketing Communication* dan *Engagement Section* di *Corporate Communication and Development Group* PT Jasa Marga. *Role of Marketing Communication dan Engagement Section in Corporate Communication and Development Group* PT Jasa Marga. Dibimbing oleh RICI TRI HARPIN PRANATA.

Konsep komunikasi dapat diartikan sebagai proses menyampaikan pesan dari sumber pesan kepada penerima pesan melalui media penyalur pesan. Pesan yang disampaikan pada hal *marketing communication* atau komunikasi pemasaran berupa informasi-informasi yang berkaitan dengan pemasaran. Konsep pemasaran secara etimologi adalah ilmu target pasar, analisis pasar dan segmentasi target pasar, serta memahami perilaku konsumen berdasarkan sudut pandang konsumen/pelanggan dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga pertukaran dan saling menjalin hubungan bersifat jangka panjang. *Marketing communication* yang terbentuk atas dasar komunikasi dan pemasaran mengkolaborasikan kedua hal tersebut sebagai pemberi pesan kepada konsumen atau pelanggan mengenai informasi mengenai perusahaan untuk mencapai target pasarnya dan memenuhi kebutuhan dari konsumen. *Marketing communication* PT Jasa Marga berperan dalam memimpin dan mengarahkan pengelolaan strategi komunikasi dan strategi *marketing* yang diimplementasikan dalam program komunikasi dan program *marketing* perusahaan melalui media internal, media eksternal dan media sosial. Program *marketing* melalui media sosial tim *marketing communication* dilakukan bersama tim *engagement section* dalam usahanya meningkatkan *engagement* di media sosial. *Engagement section* dalam perannya membantu *marketing communication* berupa menyusun dan mengendalikan program komunikasi kepada pemangku kepentingan eksternal dan internal perusahaan melalui penyampaian kebijakan, aktivitas, kinerja perusahaan melalui media sosial dan media internal perusahaan.

Tujuan dari laporan tugas akhir ini untuk mengetahui bagaimana peran *marketing communication* dan *engagement section* dalam unit kerja *corporate communication* di PT Jasa Marga, serta untuk menjelaskan informasi bagaimana cara yang dilakukan tim dalam membuat konten menarik di sosial media sebagai salah satu upaya *marketing communication* melalui media sosial. Pengumpulan data dilakukan di kantor pusat PT Jasa Marga (Persero) Tbk yang berlokasi di Jl. Dukuh V Blok Haji Sairi No.21, RT.8/RW.2, Dukuh, Kec. Kramat jati, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13550. Kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) berlangsung selama dua bulan terhitung mulai dari tanggal 8 Februari hingga 29 April 2022. Data yang digunakan berupa data primer dan juga data sekunder. Data primer yang terdiri dari wawancara dengan pembimbing lapangan serta sejumlah staf. Data sekunder dari berkas perusahaan dan buku yang relevan. Alat yang digunakan adalah laptop, gawai dan alat tulis. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penyusunan tugas akhir terdiri dari empat cara yakni, observasi, partisipasi aktif, studi pustaka, dan wawancara. Terdapat beberapa hambatan dalam proses kegiatan namun tetap ditemukan solusi untuk meyelesaikannya.

Kata kunci : *engagement, marketing communication, media sosial*



© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



**Sekolah Vokasi**  
College of Vocational Studies

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2022  
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

*Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah; dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.*

*Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.*



**PERAN *MARKETING COMMUNICATION DAN ENGAGEMENT*  
*SECTION DI CORPORATE COMMUNICATION AND*  
*DEVELOPMENT GROUP PT JASA MARGA***



Laporan Akhir  
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Ahli Madya pada  
Program Studi Komunikasi

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI  
SEKOLAH VOKASI  
INSTITUT PERTANIAN BOGOR  
BOGOR  
2022**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengurniakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University



**Sekolah Vokasi**  
College of Vocational Studies

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Penyaji pada ujian Laporan Akhir: Dr. Yusalina, M.Si.





Judul Laporan Akhir : Peran *Marketing Communication* dan *Engagement Section*  
di *Corporate Communication and Development Group* PT  
Jasa Marga

Nama : Almadiyah Stabita  
NIM : J3A119017

Disetujui oleh

Pembimbing:  
Rici Tri Harpin Pranata, S.KPm., M.Si.

Diketahui oleh

Ketua Program Studi:  
Dr. Ir. Wahyu Budi Priatna, M.Si.  
NIP. 196704101991031001



Sekolah Vokasi  
College of Vocational Studies

Dekan Sekolah Vokasi:  
Prof. Dr. Ir. Arief Darjanto, M.Ec.  
NIP. 196106181986091001



Tanggal Ujian:  
(1 Juli 2022)

Tanggal Lulus:  
(28 JUL 2022)

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
  2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.