

KEGIATAN *MEDIA RELATIONS* DI PT DBL INDONESIA
LAPORAN KEGIATAN MAGANG MBKM



NAMA	: Lavinia Tiara Malika
NPM	: 21043010156
KOMPETENSI	: Public Relations
PERUSAHAAN	: PT. DBL Indonesia

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2024

LEMBAR PERSETUJUAN

JUDUL PRAKTEK MAGANG: KEGIATAN *MEDIA RELATIONS* DI PT DBL
INDONESIA

Nama Mahasiswa : Lavinia Tiara Malika
NPM : 21043010156
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Telah disetujui untuk mengikuti ujian/seminar praktek magang

DOSEN PEMBIMBING



Ahmad Zamzamy, S.Sos., M.Med.Kom.
NIP. 198312012021211004

Mengetahui,

KOORDINATOR PROGRAM STUDI



Dr. Syafrida Nurrahmah Febriyanti, M.Med. Kom.
NIP. 198302232021212008

LEMBAR PENGESAHAN

JUDUL PRAKTEK MAGANG: KEGIATAN *MEDIA RELATIONS* DI
PT DBL INDONESIA

Nama Mahasiswa : Lavinia Tiara Malika
NPM : 21043010156
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

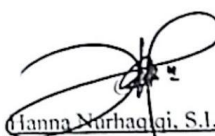
Telah mengikuti ujian/seminar praktek magang pada tanggal 4 Juli 2024

DOSEN PEMBIMBING



Ahmad Zamzamy, S.Sos., M.Med.Kom
NIP. 198312012021211004

DOSEN PENGUJI 1



Hanna Nurhaqqi, S.I.P. M.A
20219921120181

DOSEN PENGUJI 2



Ahmad Zamzamy, S.Sos., M.Med.Kom
NIP. 198312012021211004

DOSEN PENGUJI 3



Farikha Rachmawati, S.I.Kom., M.I.Kom.
21219950321327

Mengetahui,

DEKAN FISIP



Dr. Candy Suralaksana, M.Si
NIP. 196804182021211006

KOORPRODI ILMU KOMUNIKASI



Dr. Syafrida Nurrachmi Febriyanti, M.Med. Kom
NIP. 198302232021212008

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr. wb.

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan akhir magang yang berjudul “KEGIATAN *MEDIA RELATIONS* DI PT DBL INDONESIA”. Semoga shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Rasulullah SAW.

Melalui tulisan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
2. Ibu. Dr. Syafrida Nurrachmi Febriyanti, M.Med. Kom. selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
3. Bapak Ahmad Zamzamy, S.Sos., M.Med.Kom. selaku dosen pembimbing magang dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
4. Bapak Roky Maghbal, Kak Cindy, dan Kak Laras di Divisi *Corporate Communication* PT DBL Indonesia yang memberi dukungan dan bimbingan kepada penulis
5. Orang tua dan keluarga yang selalu memberikan dukungan penuh terhadap seluruh kegiatan pembelajaran penulis
6. Fadhila Qurotul Aini selaku rekan magang di Divisi *Corporate Communication* PT DBL Indonesia
7. Fadhila Qurotul Aini, Paramayuda Satria Oktialam, dan Najma Tushobah Jamal yang selalu memberi semangat dan bantuan kepada penulis. Serta pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Semoga kita selalu diberkahi Allah SWT.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Surabaya, 24 Juni 2024
Penulis,

Lavinia Tiara Malika

DAFTAR ISI

LEMBAR COVER.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Tujuan Praktek Magang.....	5
1.3. Manfaat Praktek Magang.....	6
1.3.1. Bagi Penulis.....	6
1.3.2. Bagi Universitas.....	6
1.3.3. Bagi Instansi.....	6
1.4. Tujuan Penulisan Praktek Magang.....	7
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Hubungan Masyarakat (Humas).....	8
2.1.1. Pengertian Humas.....	8
2.1.2. Peran dan Fungsi Humas.....	9
2.1.3. Tujuan Humas.....	11
2.1.4. Humas Internal.....	12
2.1.5. Humas Eksternal.....	12
2.3. Media Relations.....	14
2.3.1. Pengertian Media Relations.....	14
2.3.2. Fungsi Media Relations.....	15
2.3.3. Tujuan Media Relations.....	16
2.4. Lobi dan Negosiasi.....	17

2.5. CSR dan Community Development.....	19
2.6. Pengelolaan Citra dan Reputasi.....	20
2.7. Kampanye Kehumasan.....	23
2.8. Produksi Media Humas.....	26
2.9. Penulisan Kreatif Humas.....	28
2.10. Stakeholder Relations.....	30
BAB III.....	32
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	32
3.1. Gambaran Umum PT DBL Indonesia.....	32
3.2. Visi Misi PT DBL Indonesia.....	33
3.3. Struktur Organisasi.....	33
3.4. Penempatan Lokasi Magang.....	34
3.5. Event DBL Indonesia.....	35
3.5.1. Liga Basket DBL Series.....	35
3.5.2. DBL Camp.....	36
3.5.3. DBL Festival.....	37
3.5.4. Student Athletics Championship (SAC).....	39
3.5.5. MainSepeda.....	40
3.5.6. MAINBASKET.....	41
3.6. Divisi Corporate Communication.....	42
3.7. Jadwal Kerja.....	43
BAB IV.....	44
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1. Kegiatan yang Dilaksanakan Selama Magang.....	44
4.1.1. Kegiatan Media Relations.....	45
1. Implementasi Lobi dan Negosiasi pada Kegiatan Media Relations di PT DBL Indonesia.....	45
2. Implementasi CSR & Community Development pada Kegiatan Media Relations di PT DBL Indonesia.....	48
3. Implementasi Pengelolaan Citra dan Reputasi pada Kegiatan Media Relations di PT DBL Indonesia.....	49

4. Implementasi Stakeholder Relations pada Kegiatan Media Relations di PT DBL Indonesia.....	52
5. Implementasi Produksi Media Humas pada Kegiatan Media Relations di PT DBL Indonesia.....	55
6. Implementasi Kampanye Kehumasan pada Kegiatan Media Relations di PT DBL Indonesia.....	61
7. Implementasi Penulisan Kreatif Humas pada Kegiatan Media Relations di PT DBL Indonesia.....	63
4.2. Pembahasan Praktek Magang.....	71
1. Implementasi Lobi dan Negosiasi pada Kegiatan Media Relations di PT DBL Indonesia.....	72
2. Implementasi CSR & Community Development pada Kegiatan Media Relations di PT DBL Indonesia.....	85
3. Implementasi Pengelolaan Citra dan Reputasi pada Kegiatan Media Relations di PT DBL Indonesia.....	87
4. Implementasi Stakeholder Relations pada Kegiatan Media Relations di PT DBL Indonesia.....	90
5. Implementasi Produksi Media Humas pada Kegiatan Media Relations di PT DBL Indonesia.....	95
6. Implementasi Kampanye Kehumasan pada Kegiatan Media Relations di PT DBL Indonesia.....	96
7. Implementasi Penulisan Kreatif Humas pada Kegiatan Media Relations di PT DBL Indonesia.....	98
BAB V.....	101
KESIMPULAN.....	101
5.1. Kesimpulan.....	101
5.2. Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA.....	102
LAMPIRAN.....	107

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 List Database Sosial Media untuk DBL Series 2024-2025.....	107
Lampiran 2 List Database Radio untuk DBL Series 2024-2025.....	107
Lampiran 3 List Database Sosial Media untuk SAC 2024-2025.....	107
Lampiran 4 Press Conferences Antangin Bromo Kom X.....	107
Lampiran 5 Press Release dari Press Conferences Antangin Bromo Kom X.....	107
Lampiran 6 Press Release DBL Camp & Fest 2024 Hari ke-4, 5, dan 6.....	108
Lampiran 7 Company Visit Universitas Thribuwana Tunggadewi, Malang.....	108
Lampiran 8 Caption untuk DBL Camp & Fest 2024.....	108
Lampiran 9 Caption untuk Antangin Bromo Kom X.....	108
Lampiran 10 Lembar Penilaian	109
Lampiran 11. Paket Konversi Mata Kuliah.....	111

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Logo DBL Indonesia.....	32
Gambar 2 Struktur Organisasi PT DBL Indonesia.....	34
Gambar 2 Logo Honda DBL With Kopi GoodDay.....	35
Gambar 3 Logo Kopi GoodDay DBL Camp.....	36
Gambar 4 Logo Kopi GoodDay DBL Festival.....	37
Gambar 5 Logo Energen Student Athletic Championship (SAC) Indonesia.....	39
Gambar 6 Logo MainSepeda.....	40
Gambar 7 Logo MAINBASKET.....	41
Gambar 7 Daftar Media Radio yang Telah Dihubungi.....	45
Gambar 8 Daftar Media Online Instagram yang Telah Dihubungi.....	46
Gambar 9 Daftar Media Online Instagram yang Telah Menyetujui Kerjasama SAC 2024-2025.....	47
Gambar 10 Menghubungi <i>Media Partner</i> untuk <i>Menyebarkan Press Release</i>	48
Gambar 12 Membagikan <i>Goodie Bag</i> kepada Media yang Hadir di <i>Press Conferences</i> Antangin Bromo Kom X.....	50
Gambar 13 Menulis <i>Press Release</i> Setelah <i>Press Conferences</i> Antangin Bromo Kom X.....	51
Gambar 14 Company Visit Universitas Tribhuwana Tungadewi, Malang.....	53
Gambar 15 Melakukan Presensi Kehadiran Media pada <i>Press Conference</i> Antangin Bromo Kom X.....	54
Gambar 16 Menghubungi Media Partner untuk Mengingatkan Kehadiran di Opening Ceremony DBL Camp 2024.....	55
Gambar 17 Press Release Kopi GoodDay DBL Camp & Fest 2024 Hari ke-4.....	56
Gambar 18 Press Release Kopi GoodDay DBL Camp & Fest 2024 Hari ke-5.....	56
Gambar 19 Press Release Kopi GoodDay DBL Camp & Fest 2024 Hari ke-6.....	57
Gambar 20 <i>Press Release</i> Kegiatan <i>Press Conference</i> Antangin Bromo Kom X.....	58
Gambar 21 Proposal PPT Ide Campaign 20th DBL Indonesia	62
Gambar 22 Menulis <i>Caption</i> untuk Poster <i>Event</i> DBL Camp & Fest 2024 <i>media partner</i>	64
Gambar 23 Menulis <i>Caption</i> pada Konten <i>Reels</i> DBL Camp & Fest 2024 untuk <i>media partner</i>	66
Gambar 24 Menulis <i>Caption</i> pada Konten Antangin Bromo Kom X untuk <i>media partner</i>	68
Gambar 26. Diskusi dengan Media Surabaya Punya Info.....	75
Gambar 27. Diskusi dengan Media Info Solo Jogja Id.....	76
Gambar 28. Diskusi dengan Pesona FM Radio.....	78

Gambar 29. Diskusi dengan Global Radio.....	79
Gambar 30. Diskusi dengan Q Radio.....	79