

**IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA PT. BERTEMAN  
KREASI INDONESIA DALAM KONSER MUSIK PANGGUNG  
GANDARA 2023 DI BALI**

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN**



**DISUSUN OLEH:**

**Pangestura Bisma Bagaskara**

**202513020**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI TRI BHAKTI  
BEKASI**

**2023**

## LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Nama : Pangestura Bisma Bagaskara  
NIM : 202513020  
Jurusan : Manajemen  
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran  
Judul LPKL : Implementasi Komunikasi Pemasaran Pada PT. Berteman Kreasi  
Indonesia Dalam Konser Musik Panggung Gandara 2023 di Bali

Laporan tugas akhir diatas disetujui dan diterima baik sebagai salah satu karya ilmiah mahasiswa yang bersangkutan dalam memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan guna mencapai gelar Ahli Madya pada program D3 Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi - STIE Tri Bhakti Business School.

Bekasi, 12 Juli 2023

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Eddy Setyanto, S.Sos., M.Si

Dosen Pembimbing



Dr. Eddy Setyanto, S.Sos., M.Si

**LEMBAR PENGESAHAN**

**IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA PT. BERTEMAN  
KREASI INDONESIA DALAM KONSER MUSIK PANGGUNG  
GANDARA 2023 DI BALI**

Oleh:

Pangestura Bisma Bagaskara

202513020

**LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN**

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian

Guna memenuhi gelar Ahli Madya pada program D3 Manajemen Pemasaran

Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal seperti tertera di bawah ini

Bekasi, 12 Juli 2023

Ketua Penguji



Dr. Widayatmoko., MM., M.I, KOM

---

NIDN: 0303045901

Anggota Penguji



Dr. Eddy Setyanto, Ssos.,Msi.

---

NIDN: 0325107402

Ketua Program Studi



Dr. Eddy Setyanto, Ssos.,Msi.

---

NIDN: 0325107402

**SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS PROGRAM STUDI  
D3 MANAJEMEN PEMASARAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, Laporan Praktik Kerja Lapangan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Ahli Madya Manajemen di STIE Tri Bhakti maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing dan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa gelar yang telah diperoleh karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Bekasi, 12 Juli 2023

Yang membuat pernyataan



**Pangestura Bisma Bagaskara**

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Nama : Pangestura Bisma Bagaskara  
NIM : 202513020  
Program Studi : Manajemen Pemasaran  
Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyetujui untuk memberikan ijin kepada pihak **Tri Bhakti Business School**, Hak bebas Royalti Non-Eksekutif (*Non-exclusive Royalti-Free Right*) atas karya ilmiah ini yang berjudul “Implementasi Komunikasi Pemasaran Pada PT. Berteman Kreasi Indonesia Dalam Konser Musik Panggung Gandara 2023 di Bali”, beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan **Hak Bebas Royalti Non-Eksekutif** Ini pihak **Tri Bhakti Business School** berhak menyimpan, mengalih-media atau format-kan, mengelolanya dalam pangkalan data (*database*), mendistribusikannya dan menampilkan atau mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak **Tri Bhakti Business School**, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Bekasi, 12 Juli 20223

Yang mengatakan,



**Pangestura Bisma Bagaskara**

## ABSTRAK

Pangestura Bisma Bagaskara. Implementasi Komunikasi Pemasaran Pada PT. Berteman Kreasi Indonesia Dalam Konser Musik Panggung Gandara 2023 di Bali. Seiring berjalannya perkembangan perekonomian yang terus semakin meningkat dari tahun ke tahun, yang terus membawa kemajuan bagi banyak sektor, salah satunya adalah bidang *entertainment* khususnya di bidang musik. Hal ini dikarenakan musik merupakan salah sebuah kesenian yang tidak akan pernah lepas dari kehidupan manusia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi pemasaran serta implementasi strategi komunikasi pemasaran yang digunakan PT. Berteman Kreasi Indonesia dalam mempromosikan konser musik Panggung Gandara 2023 di Bali. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, dengan menggunakan teknik melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan 4 bauran promotion mix yaitu Periklanan (*advertising*) dengan menggunakan media *Instagram*, Radio, *media partner*, baliho, flyer, poster dan umbul-umbul. Pemasaran langsung (*Direct Marketing*) dengan menyediakan Tiket Box untuk menjual tiket secara langsung (*on the Spot*). Penjualan Perseorangan (*Personal Selling*) dengan menjual tiket di kalangan Sekolah, Mahasiswa dan *Coffeeshop*. Kerjasama dengan *Sponsorship* sebagai alat untuk memperluas jangkauan dan membantu memperkuat citra.

## ABSTRACT

*Pangestura Bisma Bagaskara. Implementation of Marketing Communications at PT. Berteman Kreasi Indonesia at the 2023 Gandara Stage Music Concert in Bali. As time goes on, economic development continues to increase from year to year, which continues to bring progress to many sectors, one of which is the entertainment sector, especially in the field of music. This is because music is an art that will never be separated from human life. This study aims to determine the marketing communication strategy and the implementation of the marketing communication strategy used by PT. Friends of Indonesian Creations in promoting the 2023 Gandara Stage music concert in Bali. This study uses a qualitative method with a descriptive approach, using techniques through observation, interviews, and documentation. The theory used in this study uses 4 promotion mixes, namely advertising using Instagram, radio, media partners, billboards, flyers, posters and banners. Direct marketing (Direct Marketing) by providing Ticket Boxes to sell tickets directly (on the Spot). Individual Sales (Personal Selling) by selling tickets among Schools, Students and Coffeeshops. Collaboration with Sponsorship as a tool to expand reach and help strengthen image.*

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Alhamdulillah penulis ucapkan puji syukur ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan curahan atas rahmat dan Hidayat-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan Judul: "Implementasi Komunikasi Pemasaran Pada PT. Berteman Kreasi Indonesia Dalam Konser Musik Panggung Gandara 2023 di Bali".

Adapun laporan ini merupakan salah satu syarat untuk melengkapi Tugas Akhir yang telah dilakukan serta Tugas Akhir ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar diploma (D3) program studi Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, STIE Tri Bhakti Business School. Dalam penyusunan laporan ini, tidak akan terlaksana tanpa bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, baik secara moral maupun spiritual. Pada kesempatan yang berbahagia ini, dengan hati yang tulus penulis menyampaikan rasa terimakasih kepada semua pihak yang sudah membantu dalam penyusunan penelitian akhir ini, khususnya kepada:

1. Kedua Orang Tua penulis yang begitu penulis cintai dan hormati serta tidak henti - hentinya memberikan dukungan, doa, nasehat, dan motivasi hingga mampu sampai detik ini dalam menyelesaikan Laporan Tugas Akhir
2. Bapak Horas Sebastian E. Tobing, B.A selaku Ketua Yayasan Prima Bina Bangsa
3. Bapak Dr. Widayatmoko., MM., M.I, KOM selaku Ketua STIE Tri Bhakti.
4. Bapak Dr. Eddy Setyanto, S Sos., MSi selaku Kepala Program Studi Manajemen STIE Tri Bhakti Business School dan juga selaku dosen pembimbing saya yang telah membantu penulis untuk bisa melakukan penyusunan Tugas Akhir semester ini.
5. Seluruh Dosen Prodi Manajemen dan Akuntansi serta sivitas akademik STIE Tri Bhakti Business School yang telah banyak memberikan pengetahuan dan pengalaman selama mengikuti pendidikan STIE Tri Bhakti



6. Bapak Bima Dana Kusuma, selaku Direktur Utama PT. Berteman Kreasi Indonesia yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan Kerja Praktek.
7. Kepada Rino Gustriando serta Ibunya yang selalu memberikan semangat, menasehati, serta memberikan dukungan penuh dalam menyelesaikan penulis hingga Tugas Akhir ini.
8. Beserta teman-teman saya Indra, Chen dan Yosua memberikan semangat dan menemani penulis sambil ngopi dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
9. Sahabat perjuangan penulis, yakni Aulia, Bagas, Titi dan Yaya yang telah saling membantu dalam penyusunan Tugas Akhir ini dan Terima Kasih juga telah menjadi teman terbaik selama kuliah.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, tanpa mengurangi rasa hormat dan terima kasih penulis atas kebaikan yang telah diberikan dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
11. *Last but not least, in your life, you will meet two kinds of people, people who build you up and people who bring you down. But in the end, you will thank them both.*

Demikian lah Tugas Akhir ini disusun dan diselesaikan, saya menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun selalu diharapkan demi menyempurnakan laporan ini.

Akhir kata, penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah ikut berperan serta dalam penyusunan Tugas Akhir ini dari awal hingga akhir.

Bekasi, 12 Juli 2023

Penulis



**Pangestura Bisma Bagaskara**

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>5</b>
<b>1.3 Tujuan Praktik Kerja Lapangan .....</b>	<b>5</b>
<b>1.4 Manfaat Praktik Kerja Lapangan .....</b>	<b>6</b>
<b>1.5 Teori Relevan .....</b>	<b>6</b>
1.5.1 Strategi Komunikasi .....	6
1.5.2 Strategi Pemasaran.....	7
1.5.3 Komunikasi Pemasaran.....	9
1.5.4 Event Organizer .....	11
<b>1.6 Metode Magang .....</b>	<b>12</b>
1.6.1 Observasi .....	12
1.6.2 Wawancara.....	13
1.6.3 Dokumentasi .....	13
<b>BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....</b>	<b>14</b>
<b>2.1 Sejarah Perusahaan.....</b>	<b>14</b>
2.1.1 Visi dan Misi Perusahaan .....	14
2.1.2 Tahapan-Tahapan Perusahaan .....	15
<b>2.2 Struktur Organisasi.....</b>	<b>16</b>
2.2.1 Uraian Tugas dan Tanggung Jawab.....	16
<b>2.3 Kegiatan Organisasi .....</b>	<b>18</b>
<b>BAB III URAIAN DESKRIPSI TUGAS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>20</b>
<b>3.1 Penempatan Praktik Kerja Lapangan .....</b>	<b>20</b>
3.1.1 Lokasi Penelitian.....	21
<b>3.2 Uraian Deskripsi Tugas Praktikkan.....</b>	<b>21</b>
3.2.1 Melakukan Periklanan .....	21

3.2.2 Melakukan Pemasaran Langsung (Direct Marketing) .....	22
3.2.3 Personal Selling .....	22
3.2.4 Melakukan kerjasama dengan Sponsor.....	23
<b>3.3 Pembahasan .....</b>	<b>24</b>
3.3.1 Strategi Komunikasi Pemasaran .....	24
3.3.2 Implementasi Komunikasi Pemasaran.....	25
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>30</b>
4.1 Kesimpulan .....	30
4.2 Saran.....	31
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>32</b>
<b>Lampiran 1 .....</b>	<b>35</b>
<b>Lampiran 2 .....</b>	<b>36</b>
<b>Lampiran 3 .....</b>	<b>37</b>
<b>Lampiran 4 .....</b>	<b>39</b>
<b>Lampiran 5 .....</b>	<b>40</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 3.1 Jadwal Praktik Kerja Lapangan .....</b>	<b>20</b>
--	-----------

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1 Logo Perusahaan.....</b>	<b>14</b>
<b>Gambar 2.2 Stuktur Perusahaan .....</b>	<b>16</b>
<b>Gambar 3.1 Iklan dari Media Partner .....</b>	<b>21</b>
<b>Gambar 3.2 Berinteraksi dengan Konsumen.....</b>	<b>22</b>
<b>Gambar 3.3 Melakukan Promosi di Coffee Shop .....</b>	<b>23</b>
<b>Gambar 3.4 Melakukan Meeting dengan Sponsor .....</b>	<b>23</b>
<b>Gambar 3.5 Promosi Social Media dari Radio .....</b>	<b>25</b>
<b>Gambar 3.6 Umbul-Umbul Panggung Gandara.....</b>	<b>27</b>
<b>Gambar 3.7 Cendera Mata Panggung Gandara.....</b>	<b>27</b>
<b>Gambar 3.8 Sponsor Package .....</b>	<b>29</b>

