LAPORAN KERJA PRAKTIK

PERAN *MARKETING COMMUNICATION* DALAM

BRANDING STARTUP KOPI DARI KAMI

Disusun Oleh:

IGNATIUS IUBILIO

NRP: 1423018099

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

SURABAYA

2021

LAPORAN KERJA PRAKTIK

PERAN *MARKETING COMMUNICATION* DALAM *BRANDING STARTUP* KOPI DARI KAMI

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

Disusun oleh:

Ignatius Iubilio

NRP: 1423018099

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

SURABAYA

2021

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	: Ignatius Iubilio
NRP	: 1423018099
Jurusan	: Ilmu Komunikasi
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Fakultas	: Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa laporan kerja praktik saya yang berjudul :

"PERAN *MARKETING COMMUNICATION* DALAM BRANDIN START UP KOPI DARI KAMI"

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri. Apabila nanti dikemudian hari terbukti bahwa karya tulis saya ini merupakan hasil plagiarisme, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku di jurusan, fakultas maupu universitas.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran.

Surabaya, 12 November 2021

Yang membuat pernyataan,

Ignatius Iubilio

NRP 1423018099

Mengetahui ,

Dosen Pembimbing Tunggal,

Akhsaniyah, S.Sos., M.Med.Kom

NIDN. 070208760

HALAMAN PERSETUJUAN

PERAN *MARKETING COMMUNICATION*

***BRANDING STARTUP* DALAM KOPI DARI KAMI**

OLEH:

IGNATIUS IUBILIO

NRP: 1423018099

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH**:**

DOSEN PEMBIMBING:

AKHSANIYAH, S.Sos.,M.Med.Kom

NIDN. 070208760

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

BRIGITTA REVIA SANDY FISTA, S.I.Kom, M.Med.Kom.

NIDN. 0715108903

SURAT PERNYATAAN

PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan , saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

Nama	: Ignatius Iubilio
NRP	: 1423018099
Jurusan	: Ilmu Komunikasi
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Fakultas	: Ilmu Komunikasi
Tahun Lulus	: 2022

Dengan ini **SETUJU** Karya Ilmiah saya, dengan judul

"PERAN *MARKETING COMMUNICATION* DALAM BRANDIN START UP KOPI DARI KAMI"

Untuk dipublikasikan / ditampilkan di Internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan undang-undang Hak Cipta yang berlaku

Demikian surat pernyataan **SETUJU** publikasi Karya Ilmiah in saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 12 November 2021

Yang membuat pernyataan,

Ignatius Iubilio

NRP. 1423018099

HALAMAN PENGESAHAN

LAPORAN TUGAS AKHIR KERJA PRAKTIK YANG DITULIS OLEH:

IGNATIUS IUBILIO

NRP : 1423018099

TELAH DIUJI PADA TANGGAL

DAN DINYATAKAN LULUS OLEH TIM PENGUJI

KETUA TIM PENGUJI

Maria Yuliastutsi, S.Sos., M.Med.Kom

NIDN. 0707078607

MENGETAHUI;

DEKAN,

Brigitta Revia Sandy Fista, S.Sos.,M.Med.Kom

NIDN. 0715108903

KATA PENGANTAR

Terima kasih Tuhan Yesus Kristus atas kekuatan dan pertolongan rahmatNya yang tiada pernah berhenti, sehingga penulis dapat menyelesaikan rangkaian kerja praktik beserta laporan ini dengan versi terbaik. Tujuan dibentuknya laporan ini sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Terselesaikannya karya ini tidak lepas dari bantuan orang-orang hebat didalamnya, yang mana akan penulis sebutkan sebagai ungkapan terima kasih dan bentuk apresiasi kecil yang bisa penulis dapat berikan :

1. Tuhan Yesus Kristus yang memberikan kekuatan terbesar kepada penulis untuk mampu melewati jatuh bangun di dunia perkuliahan dari segala aspek.
2. Kedua orang tua dan saudara penulis yang, mendukung, dan mendoakan penulis agar mampu menyelesaikan perkuliahan dengan baik.
3. Ibu Akhsaniyah, S.Sos.,M.Med.Kom selaku dosen pembimbing yang selalu konsisten, teliti, dan sabar dalam membimbing penulis selama proses pengerjaan skripsi.
4. Kak Kenny, Kak Felix, dan Kak Ryzkian selaku perangkat dari PT Karya Dari Kami yang selalu membantu penulis dalam menyelesaikan segala tugas dan memberikan pengetahuan baru tentang dunia bisnis.
5. Teman-teman yang bersedia membantu penulis dalam memberikan informasi tentang kerja praktik dan membantu penulis untuk tidak melewatkan segala tenggat waktu.

6. Jajaran dosen dan tata usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang dengan sangat baik mau membantu keberhasilan kerja praktik ini dari awal hingga akhir.
7. Sony Tanaya dan Kevin Rafael yang senantiasa membantu penulis untuk mengambil keputusan dalam setiap langkah dari perindahan tahap ke tahap proses tugas akhir ini.
8. Terakhir teruntuk diri saya sendiri yang selalu berjuang dan senantiasa tidak berhenti untuk memberikan yang terbaik dalam kondisi terburuk sekalipun.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL ……i

SURAT PERNAYATAAN ORGINIALITAS……ii

HALAMAN PERSETUJUAN…….iii

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.iv

HALAMAN PENGESAHAN……....v

KATA PENGANTAR……...vi

DAFTAR ISI…….…….…….…….....viii

DAFTAR LAMPIRAN…...…….xi

ABSTRAK……...…….xii

ABSTRACT……..……..xiii

BAB I PENDAHULUAN……..... …..1

I.1 Latar Belakang……...……..…...….....1

I.2 Bidang Kerja Praktik……..…….…….....3

I.3 Tujuan Kerja Praktik……..……4

I.3.1 Tujuan Umum……..4

I.3.2 Tujuan Khusus……4

I.4 Manfaat Kerja Praktik…….....5

I.4.1 Manfaat Teoritis…….……..5

I.4.2 Manfaat Praktis…….……...5

I.5 Tinjauan Pustaka …….……...6

I.5.1 Komunikasi Pemasaran……....6

I.5.1.1 *Advertising*……...6

I.5.1.2 *Sales Promotion*……...7

I.5.1.3 *Personal Selling*……....7

I.5.1.4 *Public Relations*……...7

I.5.1.5 *Direct Marketing*……..8

I.5.1.6 *Sponsorship*……9

I.5.2 Peran *Marketing Communication* dalam *Branding*…….....9

I.5.2.1 Membentuk *Brand* Melalui Periklanan……..10

I.5.2.2 Membentuk *Brand* Melalui Teknik *Below-the-Line*……...10

I.5.2.3 *Business-to-Business Branding*……..11

I.5.2 *Branding* ……..12

I.5.3 *Start Up* ……13

BAB II HASIL DAN PEMBAHASAN KERJA PRAKTIK……...15

II.1 Gambaran Umum Perusahaan Tempat Kerja Praktik//…….15

II.1.1 Tempat Kerja Praktik……15

II.1.2 Profil Perusahaan……..15

II.1.3 Visi & Misi……...16

II.1.4 Struktur Organisasi……...17

II.2 Waktu & Pelaksanaan Kegiatan Kerja Praktik…….22

II.3 Hasil dan Temuan…….26

II.3.1 Perkenalan dan Penentuan Pekerjaan……27

II.3.2 Manajemen Sosial Media di Kopi Dari Kami……...28

II.3.2.1 Membentuk *Brief* Sosial Media Kopi Dari Kami..30

II.3.2.2 Mengunggah Foto/ Video Akun Instagram @kopidarikami……..……34

II.3.3 Membentuk Ikatan Kolaborasi dengan *Event Planner*…..38

II.3.4 Fungsi Riset Komunikasi Bisnis dalam Pengembangan *Start Up*…….....41

BAB III PEMBAHASAN……..46

III.1 Peran *Marketing Communication* dalam Perkembangan Pasar Perusahaan ……47

III.2 Konten Edukasi dalam Sosial Media *Brand* Kopi Dari Kami…...51

BAB IV PENUTUP……..54

IV.1 Kesimpulan…….54

IV.2 Saran……...56

DAFTAR PUSTAKA……..…….....57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Konten Edukasi Sebagai Optimasi Sosial Media Sebagai Sarana Non Promosi……..……....58

Lampiran 2. *Copywriting* dan *Hastag* Sebagai Jaringan Memperluas Pasar…..59

ABSTRAK

Kemajuan teknologi membawa dampak positif di dunia bisnis dengan banyak sekali hal yang dapat di eksplorasi. Contoh nyatanya adalah banyak sekali perusahaan *startup* yang bermunculan dan tentu banyak juga tantangan baru yang didapatkan dari kemajuan teknologi ini seperti bagaimana perusahaan membentuk *branding* mereka di zaman yang baru ini dengan semua kemajuan teknologi yang telah disediakan.

Untuk membentuk pandangan masyarakat akan sebuah brand diperlukan divisi yang memang membentuk *branding* dari perusahaan tersebut, disinilah komunikasi pemasaran diperlukan untuk membentuk citra dari sebuah perusahaan. Tidak hanya membentuk citra, bagian *marketing communication* diharuskan untuk mempertahankan serta memberikan sentuhan khusus pada *brand* yang mereka kenalkan untuk memberikan cirikhas dari brand yang dibentuk. Tugas dari *marketing communication* memang harus memberikan banyak cara untuk tetap menghasilkan citra baik bagi perusahaan. Saat itulah komunikasi bisnis diperlukan untuk mengembangkan pemasaran melalui *marketing communication.*

Kata kunci : *Marketing Communication*, Binsis, Komunikasi Bisnis , *Branding*

ABSTRACT

Technological advances have a positive impact on the business world with a lot of things that can be explored. A real example is a lot of startup companies that have sprung up and of course there are also many new challenges that are obtained from this technological advancement, such as how companies shape their branding in this new era with all the technological advances that have been provided.

To shape the public's view of a brand, a division that does form the branding of the company is needed, this is where marketing communication is needed to form the image of a company. Not only forming an image, the marketing communication department is required to maintain and give a special touch to the brand they introduce to give the characteristics of the brand that is formed. The task of marketing communication is indeed to provide many ways to continue to produce a good image for the company. That's when business communication is needed to develop marketing through marketing communication.

Keywords: Marketing Communication, Business, Business Communication, Branding