

PROPOSAL KERJA PRAKTIK

Untuk tugas akhir Kerja Praktik S-1

**STRATEGI PROMOSI *MARKETING*
COMMUNICATION WIDYA MANDALA HALL**



Oleh :

KRISTINA ANINDITA ENSA DEWANTI

NRP : 1423020134

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2023**

**“STRATEGI PROMOSI *MARKETING*
COMMUNICATION WIDYA MANDALA HALL”**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya



Disusun Oleh :

KRISTINA ANINDITA ENSA DEWANTI

1423020134

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2023**

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Kristina Anindita Ensa Dewanti

NRP : 1423020134

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa laporan kerja praktik saya yang berjudul:

“STRATEGI PROMOSI *MARKETING COMMUNICATION* WIDYA MANDALA HALL”

Adakah benar-benar hasil karya saya sendiri. Apabila nanti dikemudian hari terbukti bahwa karya tulis saya ini merupakan hasil plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Jurusan, Fakultas, maupun Universitas.

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

Surabaya, 12 Januari 2024

Yang membuat pernyataan,



Kristina Anindita Ensa D

Mengetahui,

Dosen Pembimbing Tunggal,

Handwritten signature of Theresia Intan Putri Hartiana.

Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom.

NIDN. 0725058704

HALAMAN PERSETUJUAN
“STRATEGI PROMOSI *MARKETING COMMUNICATION* WIDYA
MANDALA HALL”

OLEH:
KRISTINA ANINDITA ENSA DEWANTI
NRP: 1423020134

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING,



Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom.
NIDN. 0725058704
TANGGAL: 12 Januari 2024

DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI,



Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom.
NIDN. 0715108903

HALAMAN PENGESAHAN

**LAPORAN TUGAS AKHIR KERJA PRAKTIK YANG DITULIS OLEH:
KRISTINA ANINDITA ENSA DEWANTI. NRP: 1423020134**

**TELAH DIUJI PADA TANGGAL 8 JANUARI 2024 DAN
DINYATAKAN LULUS OLEH TIM PENGUJI**

KETUA TIM PENGUJI



**Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom.
NIDN. 0715108903**

MENGETAHUI;

DEKAN,



**Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom.
NIDN. 0715108903**

**LEMBAR PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

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

Nama : Kristina Anindita Ensa Dewanti
NRP : 1423020134
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Tahun Lulus :

Dengan ini SETUJU Karya Ilmiah saya, dengan judul

” STRATEGI PROMOSI MARKETING COMMUNICATION WIDYA
MANDALA HALL”

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 ini saya buat dengan
sebenarnya.

Surabaya, 12 Januari 2024



Kristina Anindita Ensa
Dewanti

NRP. 1423020134

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji dan syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan kasihnya penulis dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktik ini dengan baik. Mulai dari mencari tempat kerja praktik, menulis proposal kerja praktik, mulai melakukan kerja praktik sampai selesai, bimbingan kerja praktik, dan proses penyusunan Laporan Kerja Praktik. Tidak lupa juga dukungan dari kedua orang tua yang memiliki peran penting dalam kehidupan penulis, dosen pembimbing, serta saudara dan teman-teman yang selalu mendukung dalam proses penyusunan Laporan Kerja Praktik ini.

Laporan Kerja Praktek ini merupakan bukti valid perjuangan penulis dalam meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Akhir kata, adanya Laporan Kerja Praktek yang akan dilakukan oleh penulis diharapkan akan membuahkan hasil yang dapat membanggakan keluarga dan orang-orang terdekat penulis serta berguna untuk masyarakat.

Surabaya, 12 Januari 2024

Penulis,

Kristina Anindita Ensa

NRP. 1423020134

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena bimbingan serta curahan Roh Kudus yang telah diberikan-Nya, penulis mampu menyelesaikan Laporan Kerja Praktik ini dengan judul “Strategi Promosi Marketing Communication Widya Mandala Hall”

Selain itu penulis juga ingin mengucapkan rasa terima kasih penulis kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan dan bimbingan kepada penulis hingga pelaksanaan dan pembuatan Laporan Kerja Praktik ini dapat berjalan lancar :

1. Tuhan Yesus dan Bunda Maria atas cinta dan karunia-Nya sehingga diizinkan untuk berkuliah dan menyelesaikan kerja praktik ini.
2. Terima kasih untuk Patricia Zenny, Jacqueline Queena dan Anastasya Dita Sekar untuk tempat berkeluh kesah selama berkuliah dan membantu peneliti ketika kesusahan dan menjadi sahabat ambis serta alarm ketika tugas belum selesai.
3. Terima kasih untuk Fara Angelina, Josephine Jane, Regina Rongkang, Anastasia Intan, dan Rheina sebagai teman dan staff selama magang di Widya Mandala Hal.
4. Terima kasih untuk Ibu Amelia Ratri selaku manager operasional dari Widya Mandala Hall karena telah diberikan kesempatan untuk magang dan mendapatkan ilmu dan Pelajaran yang sangat berharga untuk jenjang karir yang lebih baik.
5. Untuk seluruh teman seperjuangan bimbingan Bu Intanterima kasih banyak karena menjadi teman yang supportive, selamat terbang tinggi teman – teman sampai jumpa di lain kesempatan.

6. Dan yang terakhir terima kasih untuk Kristina Anindita Ensa Dewanti, karena dapat menyelesaikan seluruh tanggung jawab dengan tepat waktu. Terima kasih untuk semua cerita yang sudah di buat selama perkuliahan. Semangat terus sampai mimpimu bisa tergapai.

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iv
PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
” STRATEGI PROMOSI MARKETING COMMUNICATION WIDYA MANDALA HALL”	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
Abstrak	ix
PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Bidang Kerja Praktik.....	3
I.3 Tujuan Kerja Praktik	3
I.4 Manfaat Kerja Praktik	7
I.5 Tinjauan Pustaka	7
BAB II.....	9
HASIL DAN PEMBAHASAN KERJA PRAKTIK.....	9
II.1 Gambaran Umum Perusahaan Tempat Kerja Praktik	9
II.2 Pelaksanaan Kegiatan	11
II.3 Hasil Temuan	18
BAB III	26
PEMBAHASAN	26
III.1 Strategi promosi <i>Marketing Communication</i> Widya Mandala Hall	26
III.2 Promosi melalui bauran komunikasi	29
III.3 Publisitas dan <i>Public Relations</i> (Media Visit).....	32
III.4 Pemasaran langsung (Wedding Fair).....	33
BAB IV	34
PENUTUP.....	34
IV.1 Kesimpulan	34
IV.2 Saran	35

ABSTRAC

Widya Mandala Hall uses promotion as one of her marketing communication methods to raise brand recognition and make it stick in people's minds. In order to identify the positioning and distinction that Widya Mandala Hall possesses, the marketing communications division must be able to discover the proper positioning and segmentation when creating a promotional campaign. Choosing the best course of action is the next stage. For promotional methods to have an effect on boosting business income, positioning and segmentation play a crucial part in strategic innovation. Widya Mandala Hall used a combination of social media marketing and building contacts with the media to promote her brand. Widya Mandala Hall's marketing communications division uses social media, press, and direct marketing as part of its promotional strategy.

Keywords : Promotion Strategy, Widya Mandala Hall, Marketing Communication

ABSTRAK

Promosi dalam *Marketing Communication* merupakan salah satu strategi yang digunakan oleh Widya Mandala Hall untuk mendapatkan peningkatan brand *awareness* agar menjadi *top of mind*. Dalam merancang strategi promosi, divisi *Marketing communication* di Widya Mandala Hall harus dapat menentukan positioning dan segmentasi yang tepat sehingga dapat mengetahui positioning dan differensiasi yang dimiliki oleh Widya Mandala Hall selanjutnya adalah menentukan strategi yang tepat. Penentuan positioning dan segmentasi memiliki peranan yang penting untuk inovasi strategi sehingga strategi yang akan digunakan dalam promosi dapat memberikan dampak pada peningkatan revenue Perusahaan. Promosi yang dilakukan oleh Widya Mandala Hall dilakukan dengan bauran komunikasi dari media sosial dan juga menjalin hubungan dengan media. Strategi promosi yang dilakukan oleh divisi *marketing communication* di Widya Mandala Hall melalui media sosial, publisitas, dan pemasaran langsung.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Widya Mandala Hall, marketing communicatio