

DAFTAR ISI

PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Tujuan Magang.....	6
1.3 Ruang Lingkup dan Batasan	6
1.4 Lokasi dan Waktu Magang.....	7
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Komunikasi.....	8
2.1.2 Elemen Komunikasi	9
2.2 Pemasaran (Marketing).....	10
2.2.1 Integrated Marketing Communication (IMC).....	11
2.3 Marketing Public Relations	12
2.3.1 Fungsi Marketing Public Relations	12
2.3 Content Marketing.....	13
2.3.1 Elemen Memproduksi Konten	13
2.3.2 Proses Memproduksi Konten	14

2.4 Kampanye (Campaign).....	17
2.4.1 Kampanye Digital (Digital Campaign)	17
2.4.2 Return of Investment Pada Kampanye Digital	19
2.4.4 Struktur Perencanaan Kampanye	20
BAB III.....	25
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN.....	25
URAIAN PELAKSANAAN MAGANG.....	25
3.1 Gambaran Umum Perusahaan	25
3.1.1 Lokasi Perusahaan.....	25
3.1.2 Sejarah Perusahaan	25
3.1.2 Visi dan Misi.....	29
3.1.3 Niai-Nilai.....	30
3.1.4 Struktur Organisasi Tujuhari Coffee.....	32
3.1.6 Flow Kerja Divisi Marketing.....	34
3.2 Produk Tujuhari Coffee	35
3.3 Media Sosial Tujuhari.....	37
3.4 Kegiatan Acara Tujuhari Coffee.....	38
3.5 Pelaksanaan Magang	40
3.5.1 Kegiatan Lingkup Administrasi.....	40
3.5.2 Kegiatan Lingkup Operasional	40
BAB IV	43
HASIL MAGANG DAN PEMBAHASAN.....	43
4.1 Uraian Hasil Magang.....	43
4.2 Pembahasan	56
4.2.1 Peran Ilmu Komunikasi.....	56
4.2.2 Marketing Public Relations Dalam Kampanye “What Time Is It?”	57
4.2.3 Implementasi Content Marketing pada Kampanye “What Time Is It?”	59
4.2.4 Implementasi Kampanye Digital Pada Kampaye “What Time Is It?” .	63
BAB V.....	75
KESIMPULAN DAN SARAN	75
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA	79

LAMPIRAN.....	82
LEMBAR TURNITIN	94
CURRICULUM VITAE.....	95



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model perencanaan dan manajemen	20
Gambar 3.1 Logo Tujuhari Coffee	26
Gambar 3.2 Sketsa Productivity Chamber	27
Gambar 3.3 Atmosphere Productivity Chamber	28
Gambar 3.4 Suasana Produktif Tujuhari Coffee	29
Gambar 3.5 Kemasan Minuman Tujuhari Coffee & Reusable Ceramic Cup	31
Gambar 3.7 Struktur Organisasi PT. Tujuhari Kreasi Indonesia 2021	32
Gambar 3.8 Tampilan Menu Tujuhari Coffee	36
Gambar 3.9 Kegiatan Acara Tujuhari Coffee	40
Gambar 4.1 Brief Kampanye	44
Gambar 4.2 List Keperluan Kampanye	45
Gambar 4.3 Timeline Kampanye	46
Gambar 4.4 Konten unggahan Tujuhari Coffee	47
Gambar 4.5 Brief Hampers IG Story	48
Gambar 4.6 Konten Hampers IG Story	49
Gambar 4.7 Content Plan “What Time Is It?”	50
Gambar 4.8 Realisasi Feed Instagram	51
Gambar 4.9 List Pelanggan Setia	52
Gambar 4.10 Template Invitation	53
Gambar 4.11 Copywriting Caption “What Time Is It?”	54
Gambar 4.12 Dokumentasi “What Time Is It?”	55
Gambar 4.22 Pelanggan Setia	60
Gambar 4.23 Konten “What Time Is It?”	61
Gambar 4.13 Kata Kunci Analisa	64
Gambar 4.14 Konten Instagram “What Time Is It?”	71
Gambar 4.15 Voucher “What Time Is It?”	68
Gambar 4.16 Dokumentasi “What Time Is It?”	69
Gambar 4.17 Hampers “What Time Is It?”	70
Gambar 4.18 Timeline “What Time Is It?”	66
Gambar 4.19 Respon Salah Satu Customer	73
Gambar 4.20 Respon Pelanggan Setia	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A-1 Lembar Monitoring Bimbingan Magang	A-1
Lampiran A-2 Surat Pengantar Magang (UPH)	A-2
Lampiran A-3 Surat Bukti Penerimaan Magang	A-3
Lampiran A-4 Lembar Monitoring Supervisor Magang	A-4
Lampiran A-5 Daftar Informasi Penempatan Magang	A-5
Lampiran A-6 Daftar Evaluasi Kinerja Magang	A-6
Lampiran A-7 Angket Program Magang Untuk Perusahaan	A-7
Lampiran A-8 Angket Program Magang Untuk Pemegang	A-8
Lampiran A-9 Surat Keterangan Telah Menyelesaikan Magang 4 Bulan	A-9