

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat yang telah diberikan-Nya, sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan. Tugas Akhir dengan judul “BAURAN PEMASARAN DARI PT MAXX COFFEE PRIMA” ini ditujukan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Strata Satu Universitas Pelita Harapan, Tangerang.

Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan dan doa dari berbagai pihak, Tugas Akhir ini tidak akan dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu proses pengerjaan Tugas Akhir ini, yaitu kepada:

1. Dr. Edwin, M. B. Tambunan, S.I.P., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
2. Marsefio Sevyone Luhukay, S.Sos, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
3. Dr. Drs. Emrus, M. Si, selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan banyak memberikan masukan kepada Penulis.
4. Johannes Herlijanto, S.S., M.Si., Ph.D, selaku ketua sidang dan Carly Stiana Sumampouw, S.Sos.,MComn, selaku anggota penguji sidang
5. Seluruh dosen dan *staff* Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pelita Harapan, yang telah membantu Pemagang selama masa perkuliahan hingga penyelesaian tugas akhir
6. Seluruh rekan kerja dari PT Maxx Coffee Prima yang telah membantu penulis menyelesaikan Tugas Akhir ini.
7. Orang tua & Keluarga yang mendukung dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
8. Teman-teman perkuliahan yang selalu mendukung saya (Amelia Jesslyn & Laras Tri Handayani)
9. Swagey (Alicia Natalie, Pricylia Achmadi, Jeremy Gabriell, Fricky Sudewa, Axel)
10. Joan Elizabeth dan Teresya Angelica yang selalu mendukung

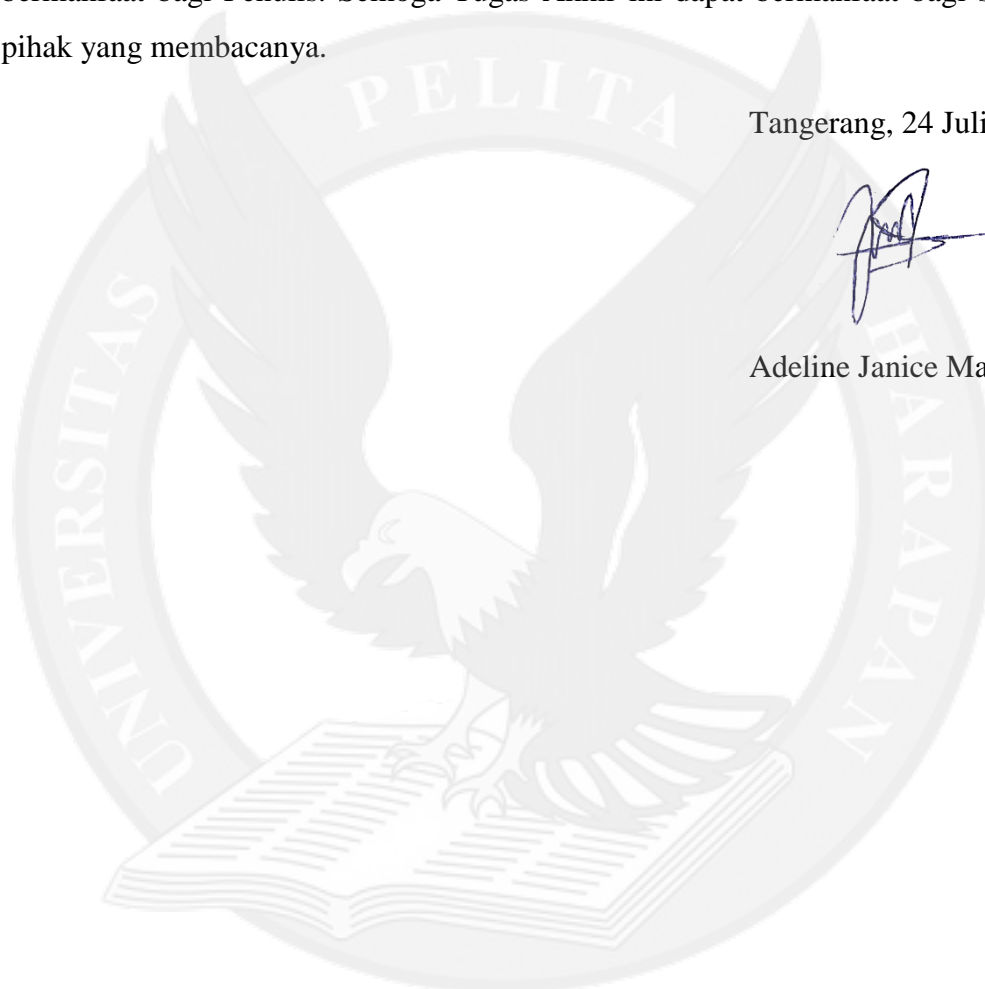
11. Martin Joman yang selalu memberi dukungan baik itu doa dan dukungan selama penyelesaian laporan magang

Akhir kata, Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca akan sangat bermanfaat bagi Penulis. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Tangerang, 24 Juli 2020



Adeline Janice Maginda



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
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
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
2.1 Komunikasi .....	9
2.2 Komunikasi Pemasaran .....	12
2.2.1 Model Komunikasi Pemasaran .....	13
2.3 <i>Marketing Mix</i> .....	15
2.3.1 <i>Product</i> .....	16
2.3.2 <i>Price</i> .....	16
2.3.3 <i>Place</i> .....	17
2.3.4 <i>Promotion</i> .....	17
2.4 <i>Digital Marketing</i> .....	18
2.4.1 Jenis-Jenis Digital Marketing.....	19
2.5 <i>Brand Equity</i> .....	21
2.6 <i>Brand Awareness</i> .....	22

<b>BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN URAIAN PELAKSANAAN MAGANG.....</b>	<b>24</b>
3.1    Sejarah PT Maxx Coffee Prima.....	24
3.1.1 <i>Brand Essence</i> Maxx Coffee.....	26
3.1.2 <i>Brand Value</i> Maxx Coffee.....	26
3.1.3    Prinsip PT Maxx Coffee Prima.....	29
3.2    Visi dan Misi PT Maxx Coffee Prima.....	30
3.3    Struktur Organisasi PT Maxx Coffee Prima.....	30
3.3.1    Struktur Departemen Marketing.....	35
3.4    Pelaksanaan Magang.....	38
3.4.1    Pelaksanaan Magang Lingkup Administrasi.....	39
3.4.2    Pelaksanaan Magang Lingkup Operasional.....	39
<b>BAB IV HASIL MAGANG DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>41</b>
4.1    Uraian Hasil Magang.....	41
4.1.1    Uraian Hasil Magang Lingkup Administratif.....	43
4.1.2    Uraian Hasil Magang Lingkup Operasional.....	46
4.2    Pembahasan.....	55
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>61</b>
5.1    SIMPULAN.....	61
5.2    SARAN.....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	
<b>CURRICULUM VITAE</b>	

## DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia .....	3
Gambar 1.2 Tingkatan Kesadaran Merek.....	5
Gambar 1.3 Logo Maxx Coffee .....	8
Gambar 2.1 Model Komunikasi Pemasaran.....	14
Gambar 2.2 Piramida Kesadaran Merek .....	19
Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT Maxx Coffee.....	35
Gambar 4.1 Hari Pertama <i>Onboarding</i> .....	41
Gambar 4.2 Foto Rekap Bon Penjualan.....	43
Gambar 4.3 Kolom Pencarian pada Google.....	44
Gambar 4.4 Format Dokumen Input untuk Google Business .....	45
Gambar 4.5 <i>Competitor Review</i> Kopi Janji Jiwa .....	47
Gambar 4.6 <i>Competitor Review</i> Kopi Kenangan.....	47
Gambar 4.7 <i>Competitor Review</i> Starbucks .....	48
Gambar 4.8 <i>Competitor Review</i> JCO – Non Coffee .....	48
Gambar 4.9 <i>Competitor Review</i> Krispy Kreme – Non Coffee.....	49
Gambar 4.10 <i>Competitor Landscape</i> (Contoh Kopi Kenangan).....	50
Gambar 4.11 Contoh <i>Report Call</i> untuk <i>Food Blogger</i> .....	51
Gambar 4.12 Pendekatan dengan <i>Food Blogger</i> .....	52
Gambar 4.13 Voucher & <i>Foodtag</i> untuk Toko.....	53
Gambar 4.14 Salah Satu Komen Positif.....	54
Gambar 4.15 Salah Satu Komen Negatif atau Kritik.....	54
Gambar 4.16 Suasana Meeting dengan Media Sosial Agency .....	54

## DAFTAR LAMPIRAN

### LAMPIRAN A

Lembar Monitoring Bimbingan Magang.....	A-1
Formulir Pengajuan Mengikuti Program Magang.....	A-2
Surat Pengantar Magang.....	A-3
Surat Penerimaan Magang.....	A-4
Lembar Monitoring Supervisor Magang .....	A-5
Daftar Informasi Penempatan Magang.....	A-7
Uraian Tugas Pemagang.....	A-8
Daftar Evaluasi Kinerja Pemagang.....	A-9
Daftar Evaluasi Akhir Kinerja Pemagang.....	A-10
Angket Program Magang UPH untuk Perusahaan.....	A-11
Angket Program Magang UPH untuk Pemagang.....	A-12
Surat Keterangan Sudah Menyelesaikan Magang.....	A-13

### LAMPIRAN B

<i>Competitor Review</i> W3 April.....	B-1
<i>Competitor Review</i> W4 April.....	B-2
<i>Competitor Review</i> W1 May.....	B-3
<i>Competitor Review</i> W2 May.....	B-4
<i>Competitor Review</i> W3 May.....	B-5
Laporan Keaslian.....	B-6