



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Industri produk makanan dan minuman di Indonesia sekarang ini dapat dikatakan terus berkembang. Banyak pula produk makanan dan minuman dari Indonesia yang sudah mendunia. Menurut data dari Badan Pusat Statistik, industri makanan dan minuman pada triwulan kedua tahun 2017 tumbuh sebesar 7,04% untuk kelompok skala besar dan sedang, sedangkan untuk skala mikro kecil tumbuh sebesar 5,82%. Hal ini memperlihatkan bahwa semakin banyak pula munculnya produk-produk makanan dan minuman baru di Indonesia.

Persaingan dalam industri minuman di Indonesia semakin ketat, dikarenakan banyak munculnya produk-produk baru. Maka dari hal tersebut, produk-produk baru harus dapat menampilkan inovasi sehingga dapat lebih menarik konsumen. Tidak hanya inovasi dalam produk, namun inovasi dalam hal komunikasi dengan target *audience* juga diperlukan. Tidak adanya inovasi akan membuat produk tersebut sulit bersaing dengan produk-produk yang telah lebih lama bertahan di pasar Indonesia. Ditambah lagi dalam industri makanan dan minuman, terdapat pula merek produk dari luar yang diimport dan tersebar luas di Indonesia. Hal-hal tersebutlah yang membuat para *start-up* baru dalam industri makanan dan minuman harus dituntut untuk terus mengembangkan inovasi, sehingga dapat bersaing dan menyentuh konsumen dengan baik.

PT. Mitra Mulia Manunggal merupakan salah satu perusahaan yang terbilang baru dalam industri minuman di Indonesia. PT. Mitra Mulia Manunggal berfokus kepada produk minuman teh. Sekarang ini PT. Mitra Mulia Manunggal memiliki beberapa *brand* atau merek, yaitu Tea & Co,

Teatox & Co, dan Shu-Shu. PT. Mitra Mulia Manunggal memposisikan diri sebagai *brand* teh yang premium, dengan memberikan kualitas dan pelayanan yang terbaik.

Menurut penulis sebagai Perusahaan dalam bidang teh yang terhitung baru, PT. Mitra Mulia Manunggal cukup baik dalam perkembangannya. Salah satu hal yang menjadi faktor penulis memilih perusahaan ini dikarenakan PT. Mitra Mulia Manunggal terhitung sebagai perusahaan *start-up*, begitu pula dengan brand-brand yang dimiliki, dan penulis ingin memiliki pengalaman di dalam sebuah *start-up*. Teatox & Co merupakan salah satu brand yang sudah berjalan lebih dahulu dari PT. Mitra Mulia Manunggal, dan citra dari brand tersebut cukup baik. Brand-brand yang dimiliki oleh PT. Mitra Mulia Manunggal merupakan brand yang terhitung premium, dan penulis tertarik untuk memiliki pengalaman dalam suatu brand yang terhitung premium.

Dalam praktik kerja magang ini penulis hadir sebagai bagian dari divisi *Marketing Communication*. Komunikasi pemasaran atau *marketing communication* adalah sarana dimana perusahaan berusaha untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kepada konsumen secara langsung dan tidak langsung mengenai produk dan merek yang dijual oleh perusahaan (Kotler dan Keller, 2009, hal.172). Dalam industri minuman, kegiatan *Marketing Communication* merupakan hal penting yang harus dilakukan. Produk minuman merupakan salah satu produk yang terbilang cukup sulit, dikarenakan berhubungan dengan tubuh maka dari itu strategi komunikasi yang dilakukan haruslah tepat. Terlebih lagi produk dari PT. Mitra Mulia Manunggal ini adalah teh, dimana pangsa pasar teh di Indonesia masih belum luas. Selain hal tersebut, penulis juga ingin mengetahui lebih dalam lagi mengenai strategi komunikasi untuk sebuah brand, maka dari itu penulis memilih untuk masuk dalam divisi *Marketing Communication*. Penulis melaksanakan praktek kerja magang di PT. Mitra Mulia Manunggal agar dapat memahami lebih dalam

mengenai aktivitas serta peran seorang *marketing communication* dan *public relations* dalam sektor produk makanan dan minuman.

1.2 Tujuan Kerja Magang

1.2.1 Untuk mengetahui aktivitas seorang *Marketing Communication* di PT. Mitra Mulia Manunggal

1.2.2 Untuk menerapkan dan mengaplikasikan kemampuan serta pengetahuan yang dimiliki penulis dalam *Marketing Communication* selama perkuliahan di dalam praktik kerja magang

1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang

Praktik kerja magang dilakukan di PT. Mitra Mulia Manunggal yang berlokasi di Ruko Crown, Blok M / No. 12, Green Lake City, Cipondoh. Waktu pelaksanaan praktik kerja magang yaitu 3 bulan lebih yang dimulai dari tanggal 21 Agustus 2017.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Sebelum melaksanakan praktik kerja magang, penulis mengikuti beberapa prosedur wajib yang diberikan pihak kampus, yaitu sebagai berikut :

a) Seminar Magang

Seminar magang dilakukan oleh pihak program studi ilmu komunikasi Universitas Multimedia Nusantara untuk memperkenalkan dan menjelaskan prosedur praktik kerja magang.

b) Administrasi

Syarat melakukan praktik kerja magang yaitu sudah menempuh minimal 110 sks. Setelah itu penulis mengajukan beberapa lembar KM-01 salah satunya PT. Mitra Mulia Manunggal yang selanjutnya di tanda tangani oleh Pak Inco Harry Perdana selaku Ketua Program Studi *Strategic Communication* dan mengajukan KM-01 menjadi KM-02.

c) Proses Pengajuan

Penulis membuat CV atau *Curriculum Vitae* dan Surat Permohonan Magang yang setelah itu mengirimkannya menggunakan *e-mail* kepada pihak HRD PT. Mitra Mulia Manunggal.

d) Proses Wawancara

Proses wawancara dilakukan oleh pihak dari Marketing Communication dan HRD di kantor PT. Mitra Mulia Manunggal.

e) Proses Penerimaan

Penulis diterima untuk praktik kerja magang dalam divisi *Marketing Communication*.

f) Proses Pembimbingan

Penulis membuat laporan hasil kerja magang, dan dalam pembuatannya penulis mendapatkan bimbingan dari Dosen. Pembimbingan ini berguna untuk membantu penulis dalam menyelesaikan laporan kerja magang.