

**AKTIVITAS PUBLIC RELATION DI BIKO GROUP UNTUK
MENINGKATKAN VISIBILITAS DAN CITRA MEREK**



Daffa Triharyanto

0000041679

UMMN

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

**AKTIVITAS PUBLIC RELATION DI BIKO GROUP UNTUK
MENINGKATKAN VISIBILITAS DAN CITRA MEREK**



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG

2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Daffa Triharyanto

Nomor Induk Mahasiswa : 00000041679

Program studi : Ilmu Komunikasi

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

MENINGKATKAN VISIBILITAS DAN CITRA MEREK SEBAGAI PERUSAHAAN F&B DI BIKO GROUP

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/ penyimpangan, baik dalam pelaksanaan maupun dalam penulisan laporan magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan magang yang telah saya tempuh.

Tangerang, 1 Juli 2024

UMMN


(Daffa Triharyanto)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Magang dengan judul

MENINGKATKAN VISIBILITAS DAN CITRA MEREK SEBAGAI PERUSAHAAN F&B DI BIKO GROUP

Oleh

Nama : Daffa Triharyanto
NIM : 00000041679
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Jumat, 21 Juni 2024
Pukul 08.00 s/d 09.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang




Dr. Aloysius Gonzaga Eka Wenats
Wuryanta, S.S., M.Si.
NIDN 0306067003

Penguji



Vega Karina Andira Putri, S.Sos, M.Si.
NIDN 0307128703

Pembimbing


Dr. Aloysius Gonzaga Eka Wenats
Wuryanta, S.S., M.Si.
NIDN 0306067003

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Daffa Triharyanto

NIM : 00000041679

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi


JenisKarya : Laporan Magang

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

MENINGKATKAN VISIBILITAS DAN CITRA MEREK SEBAGAI PERUSAHAAN F&B DI BIKO GROUP

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalih media / format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 1 Juli 2024


Yang menyatakan,
(Daffa Triharyanto)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan laporan magang ini dengan judul: *“Aktivitas Public Relation Di Biko Group Untuk Meningkatkan Visibilitas Dan Citra Merek”* dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Jurusan Ilmu Komunikasi Pada Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

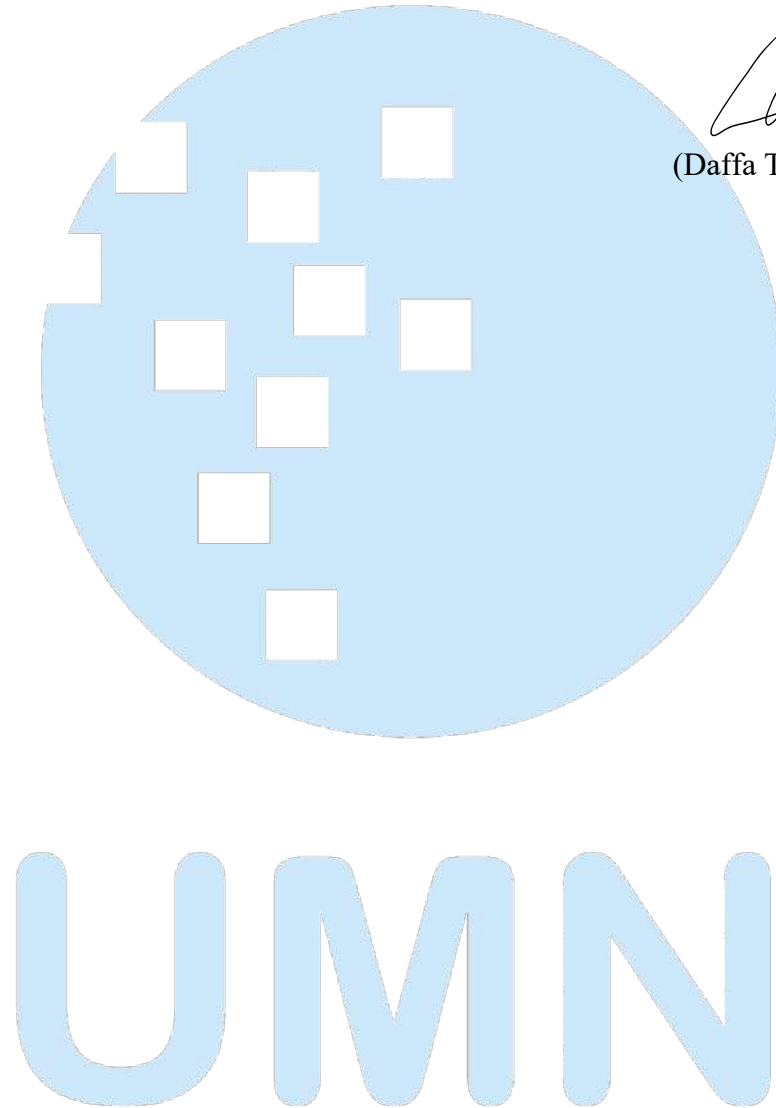
1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Dr. Aloysius Gonzaga Eka Wenats Wuryanta, S.S., M.Si., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Bapak Henry Toding, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. Kepada Perusahaan Biko Group
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.
8. Floretta Johannes, Iola khairunissa dan Angelica Rosalind sebagai pembimbing dan kerabat yang telah memberikan motivasi serta dukungan.

Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan wawasan yang baru, motivasi serta inspirasi bagi mahasiswa yang akan menjalankan masa magangnya. Dengan harapan lapooran ini dapat memberikan gambaran bagi mahasiswa yang sedang membuat laporan magang

Tangerang, 12 Juni 2024



(Daffa Triharyanto)



MENINGKATKAN VISIBILITAS DAN CITRA MEREK SEBAGAI PERUSAHAAN F&B DI BIKO GROUP

(Daffa Triharyanto)

ABSTRAK

Penelitian ini membahas peran hubungan masyarakat (PR) dalam membangun dan memelihara citra merek perusahaan di industri makanan dan minuman (FnB). Konsep PR sebagai mediasi antara organisasi dan publik telah menjadi fokus perhatian sejak awal abad ke-20. Studi ini merujuk pada karya Laumovska & Blazeska (2016) serta Ries dan Ries (2004) untuk mendeskripsikan fungsi dan aspek PR, termasuk manajemen hubungan dengan pemangku kepentingan, komunikasi dua arah, dan keberagaman dalam kegiatan perusahaan. Konsep citra merek dalam konteks FnB juga dieksplorasi, dengan penekanan pada pentingnya strategi PR yang efektif dalam membangun citra merek yang positif, khususnya dalam manajemen hubungan dengan media, influencer, dan komunitas. Studi kasus pada Biko Group memberikan wawasan tentang praktik PR di industri FnB, menyoroti peran inovasi, pengalaman pelanggan, dan kualitas pelayanan dalam membangun citra merek yang kuat. Pengalaman magang penulis di departemen PR perusahaan Beer Garden, outlet Biko Group, juga dianalisis, menggambarkan tantangan dan solusi dalam mengelola komunikasi, koordinasi antar departemen, dan manajemen krisis. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengalaman magang di Biko Group memberikan wawasan mendalam tentang industri makanan dan minuman, terutama dalam operasi, strategi pemasaran, dan hubungan pelanggan. Selain itu, penulis mempelajari strategi PR, media monitoring, dan manajemen komunikasi krisis, serta mengasah keterampilan komunikasi, kolaborasi, dan manajemen acara. Magang ini memberikan pengetahuan teoretis dan pengalaman praktis yang sangat berharga untuk karier masa depan.

Kata kunci: Hubungan Masyarakat, Citra Merek, Industri Makanan Dan Minuman (FnB), Strategi PR, Biko Group.

MENINGKATKAN VISIBILITAS DAN CITRA MEREK SEBAGAI PERUSAHAAN F&B DI BIKO GROUP

(Daffa Triharyanto)

ABSTRACT

This research discusses the role of public relations (PR) in building and maintaining a company's brand image in the food and beverage (FnB) industry. The concept of PR as a mediator between the organization and the public has been a focal point since the early 20th century. This study references the works of Laumovska & Blazeska (2016) and Ries and Ries (2004) to describe the functions and aspects of PR, including stakeholder relationship management, two-way communication, and diversity in corporate activities. The concept of brand image in the FnB context is also explored, emphasizing the importance of effective PR strategies in creating a positive brand image, particularly in managing relationships with media, influencers, and the community.

The case study of Biko Group provides insights into PR practices in the FnB industry, highlighting the role of innovation, customer experience, and service quality in building a strong brand image. The author's internship experience in the PR department of Beer Garden, a Biko Group outlet, is analyzed, illustrating the challenges and solutions in managing communication, inter-departmental coordination, and crisis management.

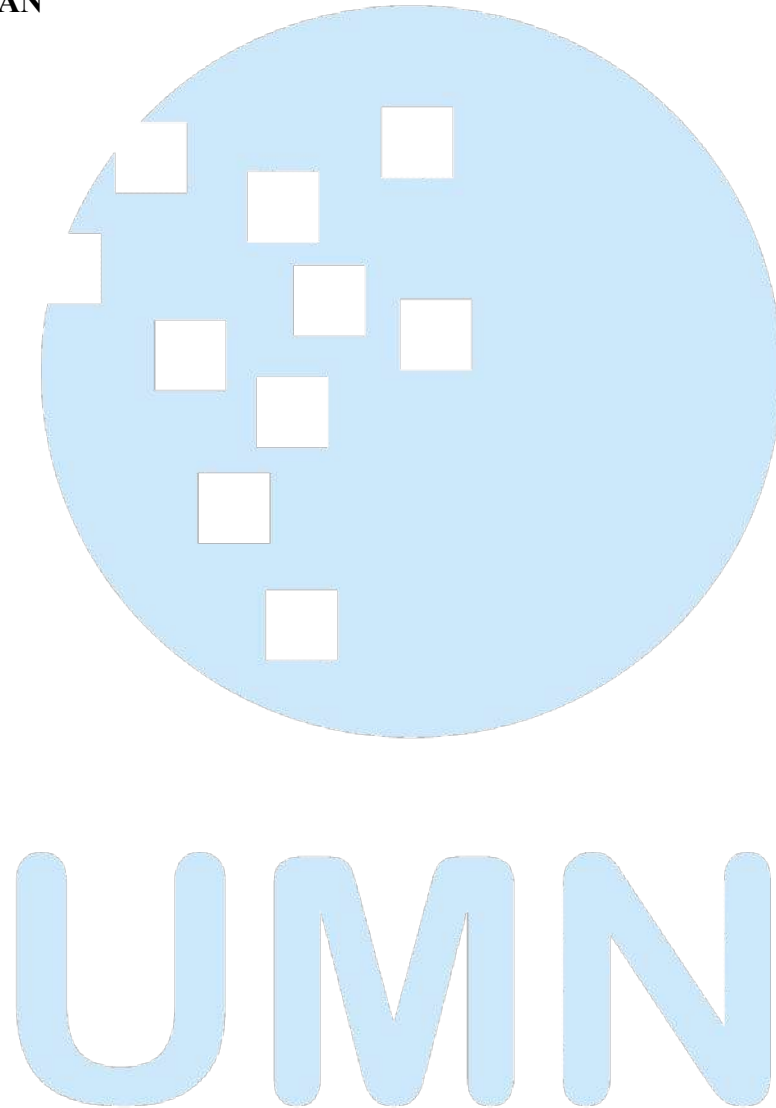
The research concludes that the internship experience at Biko Group offers deep insights into the food and beverage industry, particularly in operations, marketing strategies, and customer relations. Additionally, the author learned about PR strategies, media monitoring, and crisis communication management, while honing skills in communication, collaboration, and event management. This internship provided valuable theoretical knowledge and practical experience essential for a future career.

Keywords: *Public Relations, Brand Image, Food and Beverage Industry (FnB), PR Strategy, Biko Group.*

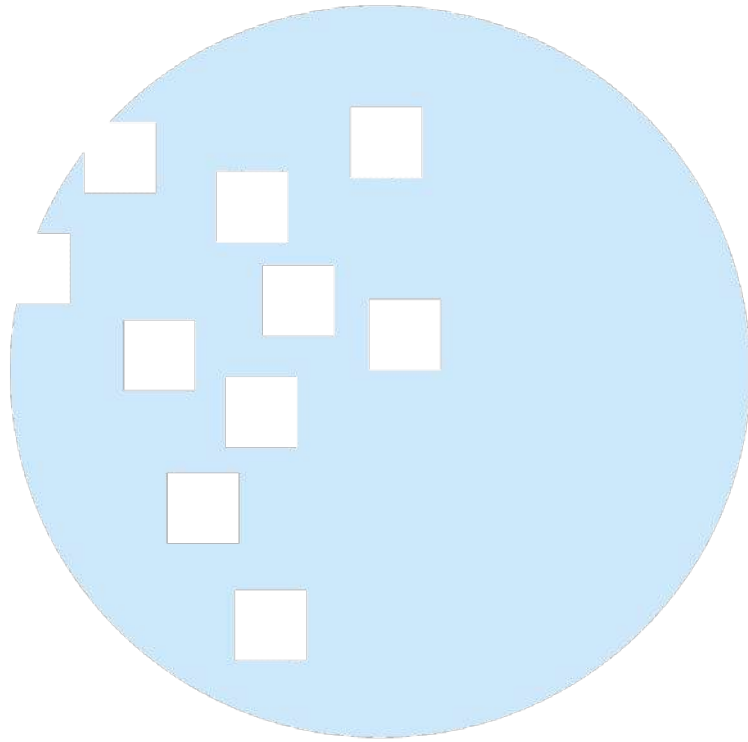
DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Maksud dan Tujuan Pelaksanaan Kerja Magang	9
1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	9
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	11
2.1 Tentang Perusahaan	11
2.2 Visi Misi	24
2.3 Struktur Organisasi Perusahaan	25
BAB III PELAKSANAAN KERJA MAGANG	28
3.1 Kedudukan dalam Kerja Magang	28
3.2 Tugas dan Uraian dalam Kerja Magang	28
3.2.1 Tugas Kerja Magang	29
3.2.2 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang	30
3.2.3 Kendala yang Ditemukan	42
3.2.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	45
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN	48
4.1 Simpulan	48

4.2 Saran	49
4.2.1 Saran untuk Perusahaan	49
4.2.2 Saran untuk Universitas	50
4.2.3 Saran untuk Mahasiswa	50
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN	54



DAFTAR TABEL



UMN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna media sosial di Indonesia	7
Gambar 2. 1 Beer Garden Radio Dalam	12
Gambar 2. 2 Beer Garden+ SCBD	13
Gambar 2. 3 Fujin Izakaya Senopati	14
Gambar 2. 4 Duck Down Bar Senopati	15
Gambar 2. 5 Acta Brasserie Senayan	17
Gambar 2. 6 Acta Brasserie Gading Serpong	17
Gambar 2. 7 Black Pond Tavern Senayan	18
Gambar 2. 8 Miglia Cocktail Bar Senopati	19
Gambar 2. 9 Cantinero Senopati	20
Gambar 2. 10 Beer Hall SCBD	21
Gambar 2. 11 Pippo Italiano Senayan	22
Gambar 2. 12 Silk Bistro Menteng	23
Gambar 2. 13 Struktur Organisasi	25
Gambar 2. 14 Bagan struktur perusahaan	27
Gambar 3. 1 Event Eksternal Sundown Singing	31
Gambar 3. 2 Aktivitas Food promotion	33
Gambar 3. 3 Aktivitas Special event	35
Gambar 3. 4 Data ERP Biko Group Customer Base Sumber: Biko Group (2024)	38
Gambar 3. 5 Analisis BG+ Social media insights	38
Gambar 3. 6 Artikel Bikogroup Sumber: Biko Group (2024)	40
Gambar 3. 7 Contoh Rundown Function	41
Gambar 3. 8 Contoh komunikasi internal grup whatsapp	42

UMN

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pengantar MBKM (MBKM 01).....	55
Lampiran 2 Kartu MBKM (MBKM 02).....	56
Lampiran 3 Daily Task Kewirausahaan (MBKM 03).....	57
Lampiran 4 Lembar Verifikasi Laporan MBKM Kewirausahaan (MBKM 04)..	58
Lampiran 5 Lampiran pengecekan hasil Turnitin	59
Lampiran 6 Lampiran surat penerimaan	59

