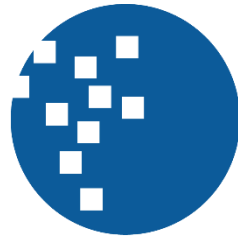


**PERAN *MARKETING COMMUNICATION* PADA
PT TITIK TEMU INDONESIA**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

LAPORAN MBKM

IBRAHIM ZAIDAN

00000073277

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**PERAN *MARKETING COMMUNICATION* PADA
PT TITIK TEMU INDONESIA**



LAPORAN MBKM

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Manajemen

Ibrahim Zaidan

00000073277

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
BISNIS
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Ibrahim Zaidan

Nomor Induk Mahasiswa : 00000073277

Program studi : Manajemen

Laporan MBKM Penelitian dengan judul:

“Peran *Marketing Communication* Pada *PT Titik Temu Indonesia*”

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 MBKM, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk laporan MBKM yang telah saya tempuh.

Tangerang, 2 Juni 2025



Ibrahim Zaidan

HALAMAN PERSETUJUAN

Laporan MBKM dengan judul
**PERAN *MARKETING COMMUNICATION* PADA
PT TITIK TEMU INDONESIA**

Oleh

Nama : Ibrahim Zaidan

NIM : 00000073277

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada
Sidang Ujian Laporan MBKM Universitas Multimedia Nusantara

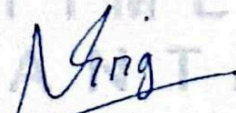
Tangerang, 2 Juni 2025

Pembimbing



Helena Dewi, S.E., M.S.M.,
0310098303

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., CBO,
NIDN : 0323047801

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan MBKM dengan judul
**PERAN MARKETING COMMUNICATION PADA PT TITIK TEMU
INDONESIA**

Oleh

Nama : Ibrahim Zaidan
NIM : 00000073277
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Kamis, 5 Juni 2024
Pukul 13.00 s/d 14.00 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Pembimbing



Helena Dewi, S.E., M.S.M.
0310098303

Penguji



Anna Riana Putriya, S.E., M. Si
0321107801

Ketua Program Studi Manajemen



Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O.
NIDN : 0323047801

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Ibrahim Zaidan

NIM : 00000073277

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Bisnis

Jenis Karya : Laporan MBKM

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

PERAN MARKETING COMMUNICATION PADA PT TITIK TEMU INDONESIA

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, 2 Juni 2025

Yang menyatakan,



Ibrahim Zaidan

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas selesainya penulisan Laporan Magang ini dengan judul: *PERAN MARKETING COMMUNICATION PADA PT TITIK TEMU INDONESIA* yang dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Pada Fakultas Bisnis 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. Dr. Ir. Andre Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Prof. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Purnamaningsih, S.E., M.S.M., C.B.O., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Multimedia Nusantara.
4. Helena Dewi, S.E., M.S.M., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Tessa Viennie, sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan MBKM Penelitian.
6. PT Titik Temu Indonesia, yang telah memberikan wadah untuk melaksanakan Magang ini.
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan MBKM ini.
8. Desyana, yang telah membantu dan mendukung penulis dalam mengerjakan laporan magang ini.
9. Brigitta Vania Maharani, yang telah membantu dan menemani penulis dalam pembuatan laporan magang ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat baik ke dalam diri penulis maupun ke khalayak umum. Dan bisa menjadi jembatan antara Universitas Multimedia Nusantara dengan perusahaan penerima magang penulis yaitu PT Titik Temu Indonesia

Tangerang, 2 Juni 2025



(Ibrahim Zaidan)



PERAN *MARKETING COMMUNICATION* PADA

PT TITIK TEMU INDONESIA

(Ibrahim Zaidan)

ABSTRAK

Laporan ini disusun sebagai bentuk pertanggungjawaban atas pelaksanaan program Magang Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) yang dijalani penulis di PT Titik Temu Indonesia, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang industri *Food and Beverage (F&B)* dengan fokus pada konsep kedai kopi modern dan gaya hidup urban. Pemilihan perusahaan ini dilatarbelakangi oleh reputasinya yang baik serta pendekatannya yang inovatif dalam pengelolaan brand dan strategi komunikasi pemasaran. Selama enam bulan pelaksanaan magang, penulis menjalankan berbagai tugas, seperti pengawasan dan dokumentasi acara, riset pasar, serta koordinasi komunikasi dengan klien dan vendor. Beberapa kendala yang dihadapi antara lain ketidaksamaan pemahaman antar manajer outlet dalam pelaksanaan *event*, miskomunikasi antara pihak terkait, serta kurangnya pemahaman sistem kerja di awal masa magang. Solusi yang diimplementasikan mencakup peningkatan koordinasi tim, pembuatan grup komunikasi lintas pihak, serta inisiatif penulis dalam beradaptasi secara proaktif. Program magang ini memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan kompetensi praktis, profesionalisme, serta pemahaman mendalam mengenai dunia kerja di bidang komunikasi pemasaran.

Kata kunci: Magang, Komunikasi Pemasaran, industri *F&B*

THE ROLE OF MARKETING COMMUNICATION AT

PT TITIK TEMU INDONESIA

(Ibrahim Zaidan)

ABSTRACT (English)

This report is compiled as an accountability document for the implementation of the Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) Internship Program undertaken by the author at PT Titik Temu Indonesia, a company operating in the Food and Beverage (F&B) industry, known for its modern coffee shop concept and urban lifestyle branding. The company was selected based on its strong reputation and innovative approach to brand management and marketing communication. Over the six-month internship period, the author was involved in various responsibilities, including event supervision and documentation, market research, and communication coordination with clients and vendors. Several challenges were encountered, such as inconsistent understanding among outlet managers regarding event execution, miscommunication between stakeholders, and a lack of clarity regarding the company's workflow during the early phase. These issues were addressed through enhanced coordination, establishment of communication groups, and the author's proactive efforts to adapt and seek guidance. This internship has significantly contributed to the author's practical skills development, professional growth, and deeper insight into real-world marketing communication practices.

Keywords: Internship, Marketing Communication, F&B Industry,

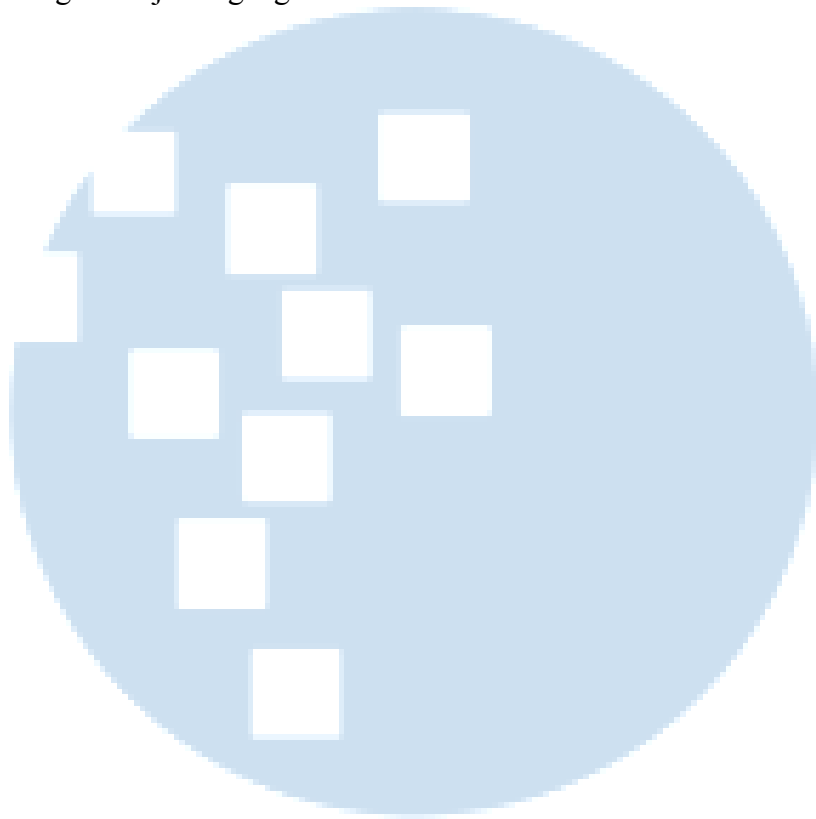
DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	2
HALAMAN PERSETUJUAN	3
HALAMAN PENGESAHAN	4
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	5
KATA PENGANTAR	6
ABSTRAK	8
<i>ABSTRACT (English)</i>	9
DAFTAR ISI	10
DAFTAR TABEL	11
DAFTAR GAMBAR	12
DAFTAR LAMPIRAN	13
BAB I	
PENDAHULUAN	14
1.1. Latar Belakang	14
1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang	16
1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang	17
BAB II	
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	19
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	19
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	21
BAB III	
PELAKSANAAN KERJA MAGANG	24
3.1 Kedudukan dan Koordinasi	24
3.2 Tugas dan Uraian Kerja Magang	25
3.3 Kendala yang Ditemukan	29
3.4 Solusi atas Kendala yang Ditemukan	30
BAB IV	
SIMPULAN DAN SARAN	32
4.1 Simpulan	32
4.2 Saran	32
DAFTAR PUSTAKA	34
LAMPIRAN	35

DAFTAR TABEL

Tabel 3.2 Tugas Kerja Magang

25



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Titik Temu	19
Gambar 2.2 (1) Struktur Direksi	21
Gambar 2.2 (2) Struktur <i>Marketing</i>	22
Gambar 3.2 (1) Foto Event Sennheiser	27
Gambar 3.2 (2) Foto Event Iqos	27
Gambar 3.2 (3 dan 4) Dokumentasi <i>Event</i> dan <i>Workshop</i>	28



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A: Surat Pengantar MBKM - MBKM 01	35
Lampiran B: Kartu MBKM - MBKM 02	36
Lampiran C: Daily Task MBKM - MBKM 03	37
Lampiran D: Lembar Verifikasi Laporan MBKM - MBKM 04	44
Lampiran E: Surat Penerimaan MBKM (LoA)	45
Lampiran F: Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin	46
Lampiran G: Semua hasil karya tugas yang dilakukan selama MBKM	48

