

**PENERAPAN *MARKETING TOOLS* PADA DIVISI *MARKETING***

***COMMUNICATION* LIPPO PLAZA SIDOARJO**

**LAPORAN KERJA PRAKTIK**



**Disusun oleh:**

Benyamin Paskahlis Setiawan

NRP: 1423018146

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**

**SURABAYA**

**2021**

**LAPORAN KERJA PRAKTIK**

**PENERAPAN *MARKETING TOOLS* PADA DIVISI *MARKETING***

***COMMUNICATION* LIPPO PLAZA SIDOARJO**

**Diajukan untuk memenuhi Sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar**

**Sarjana Gelar Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala**

**Surabaya**



**Disusun oleh:**

**Benyamin Paskahlis Setiawan**

**NRP: 1423018146**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**

**SURABAYA**

**2021**

## **SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS**

Dengan ini, saya

Nama : Benyamin Paskahlis Setiawan

Nrp : 1423018146

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas: Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam laporan Kerja Praktek yang berjudul:

### **PENERAPAN MARKETING TOOLS PADA DIVISI MAREKTING COMMUNICATION LIPPO PLAZA SIDOARJO**

Adalah benar adanya dan merupakan hasil karya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa karya tulis saya ini merupakan hasil plagiarisme maka saya rela gelar keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 29 November 2021

Penulis



Benyamin Paskahlis Setiawan

NRP. 1423018146

## HALAMAN PERSETUJUAN

PENERAPAN *MARKETING TOOLS* PADA DIVISI MARKETING  
COMMUNICATION LIPPO PLAZA SIDOARJO

SIDOARJO

Oleh:

BENYAMIN PASKAHLIS.S

NRP: 1423018146

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh :



Dosen Pembimbing

BRIGITTA REVIA SANDY FISTA, S.I.Kom, M.Med.Kom.

NIK: 142.15.0849

Mengetahui

Dekan



BRIGITTA REVIA SANDY FISTA, S.I.Kom, M.Med.Kom.

NIK: 142.15.0849

## **LEMBAR PERSETUJUAN**

### **PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS)

Nama : Benyamin Paskahlis Setiawan

Nrp : 1423018146

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas: Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam laporan Kerja Praktek yang berjudul:

### **PENERAPAN MARKETING TOOLS PADA DIVISI MAREKTING COMMUNICATION LIPPO PLAZA SIDOARJO**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain ( Digital Library Perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta yang berlaku. Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 29 November 2021

Penulis

A handwritten signature in black ink is written over a rectangular Indonesian postage stamp. The stamp features a Garuda bird and the text 'METERAI TEMPEL' and '10000'.

Benyamin Paskahlis Setiawan

NRP. 1423018146

## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Tugas Akhir Kerja Praktek yang ditulis oleh: BENYAMIN PASKAHLIS  
SETIAWAN, NRP 1423018146

Telah diuji pada tanggal 24 November 2021 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

Ketua Tim Penguji



Dr. Nanang Krisdinanto, Drs., M.Si.

NIDN. 0726126602

Mengetahui

Dekan,



Brigitta Revia Sandy Fusta, S.I.Kom., M.Med.Kom.

NIDN. 0715108903

## **KATA PERSEMBAHAN**

Ucapan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, Oleh karena kasih dan anugerah-Nya, penulis dapat menyelesaikan kegiatan kerja praktik selama 2 (dua) bulan di Lippo Plaza Sidoarjo. Meskipun banyak yang harus dilewati mulai dari pengerjaan proposal hingga laporan, namun berkat penyertaan Tuhan dan dukungan orang-orang terdekat, laporan kerja praktik ini dapat terselesaikan tepat waktu. Dalam prosesnya, dukungan penulis dapatkan termasuk nasehat, saran, serta bantuan berasal dari orang tua, teman-teman, dosen pendamping, hingga atasan pekerjaan dari dalam Lippo Plaza Sidoarjo. Penulis menyadari bahwa laporan kerja praktik ini masih jauh dari kata sempurna, namun penulis berharap laporan ini tetap dapat memberi manfaat bagi pembaca. Sebagai bentuk langkah perjalanan penulis menuju gelar S1 dan penyelesaian studi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, Laporan kerja praktik ini penulis persembahkan.

Surabaya, 25 November 2021

Benyamin Paskahlis. S

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, kasih dan penyertaan-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, yaitu Kerja Praktik (KP). Meskipun di tengah situasi pandemic yang memiliki banyak keterbatasan namun penulis bersyukur karena dapat menyelesaikan laporan naskah tentang peningkatan citra perusahaan dengan judul “Penerapan *Marketing tools* pada divisi *marketing communication* Lippo Plaza Sidoarjo” yang kemudian tertuang pada laporan Kerja Praktik ini.

Penyusunan laporan kerja praktik ini tidak akan berjalan lancar tanpa adanya dukungan doa dan bantuan dari banyak pihak kepada penulis. Maka, penulis ingin memberikan ucapan terima kasih banyak kepada:

1. Keluarga penulis Papa dan Mama serta Kakak dan Adik yang hingga di titik ini selalu setia memberikan semangat, sehingga penulis dapat menyelesaikan kewajiban dalam menulis laporan kerja praktik ini dengan maksimal.
2. Mall Lippo Plaza Sidoarjo yang telah bersedia menjadi tempat penulis melakukan dan mempraktikkan ilmu dari kampus untuk menambah pengalaman serta pengetahuan penulis dalam dunia professional.
3. Brigitta Revia Sandy, sebagai dosen pembimbing dalam proses penyusunan laporan kerja praktik ini karena telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing dan mendampingi penulis.

4. Teman-teman penulis baik dari WM ataupun luar WM yang selalu setia menemani, memberikan semangat mendengarkan keluhan penulis dan memberikan inspirasi kepada penulis agar laporan ini dapat terselesaikan.

Sekali lagi penulis menyampaikan terima kasih banyak kepada semua pihak yang sudah maupun belum disebutkan, telah membantu dan memberi semangat dalam penyusunan laporan kerja praktik ini.

## DAFTAR ISI

|                                                                 |      |
|-----------------------------------------------------------------|------|
| SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS .....                             | ii   |
| HALAMAN PERSETUJUAN.....                                        | iii  |
| LEMBAR PERSETUJUAN .....                                        | iv   |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                                         | v    |
| KATA PERSEMBAHAN.....                                           | vi   |
| KATA PENGANTAR .....                                            | vii  |
| DAFTAR ISI.....                                                 | ix   |
| DAFTAR TABEL.....                                               | xi   |
| DAFTAR GAMBAR .....                                             | xii  |
| DAFTAR BAGAN .....                                              | xiii |
| ABSTRAK.....                                                    | xv   |
| BAB I.....                                                      | 1    |
| <b>I.1 Latar Belakang</b> .....                                 | 1    |
| <b>I.2 Bidang Kerja Praktik</b> .....                           | 5    |
| <b>I.3 Tujuan Kerja Praktik</b> .....                           | 5    |
| <b>I.3.1 Tujuan Umum:</b> .....                                 | 5    |
| <b>I.3.2 Tujuan Khusus:</b> .....                               | 6    |
| <b>I.4 Manfaat Kerja Praktik</b> .....                          | 6    |
| <b>I.5 Tinjauan Pustaka</b> .....                               | 7    |
| <b>I.5.1 Komunikasi Pemasaran</b> .....                         | 7    |
| <b>I.5.2 Marketing Mix</b> .....                                | 7    |
| <b>I.5.4 Media Sosial</b> .....                                 | 9    |
| <b>I.5.5 Instagram</b> .....                                    | 10   |
| BAB II.....                                                     | 11   |
| <b>II.1 Gambaran Umum Perusahaan Lippo Plaza Sidoarjo</b> ..... | 11   |
| <b>II.1.1 Struktur Organisasi</b> .....                         | 12   |
| <b>II.2 Waktu dan Pelaksanaan Kegiatan Kerja Praktik</b> .....  | 12   |
| <b>II.3 Hasil atau Temuan</b> .....                             | 16   |

|                                                        |    |
|--------------------------------------------------------|----|
| <b>II.3.1 Event Organizing and Conceptualize</b> ..... | 17 |
| <b>II.3.2 Desain</b> .....                             | 18 |
| <b>II.3.3 Take Video dan editing</b> .....             | 20 |
| <b>BAB III</b> .....                                   | 21 |
| <b>III.1 Event</b> .....                               | 21 |
| <b>III.2 Promosi dalam Instagram</b> .....             | 22 |
| <b>III.3 Public Relation</b> .....                     | 26 |
| <b>III.4 Personal Selling</b> .....                    | 30 |
| <b>BAB IV</b> .....                                    | 33 |
| <b>IV.1Kesimpulan</b> .....                            | 33 |
| <b>IV.2Saran</b> .....                                 | 34 |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....                            | 35 |
| <b>LAMPIRAN</b> .....                                  | 38 |

## **DAFTAR TABEL**

|                              |    |
|------------------------------|----|
| II 2.1 Aktivitas Magang..... | 13 |
|------------------------------|----|

## DAFTAR GAMBAR

|                                                            |    |
|------------------------------------------------------------|----|
| Gambar I.1 Tangkapan Instagram Lippo .....                 | 5  |
| Gambar I.2 Foto Aktivitas Promosi.....                     | 5  |
| Gambar I.3 Foto Aktivitas Promosi .....                    | 6  |
| Gambar II.1 Design Poster Drive Thru .....                 | 19 |
| Gambar III.2 Design Poster Back To School .....            | 19 |
| Gambar III.3 Design Poster Give away Bioskop.....          | 20 |
| Gambar III.4 Poster Ultah Jokowi.....                      | 20 |
| Gambar III.5 Design Poster Idhul Adha.....                 | 20 |
| Gambar III.1 Tangkapan Instagram Lippo.....                | 25 |
| Gambar III.2 Tangkapan Instagram Lippo.....                | 26 |
| Gambar III.3 Tangkapan Instagram Lippo.....                | 26 |
| Gambar III.4 Tangkapan Kolom Komentar Instagram Lippo..... | 26 |
| Gambar III.5 Tangkapan Kolom Komentar Instagram Lippo..... | 29 |
| Gambar III.6 Tangkapan Kolom Komentar Instagram Lippo..... | 29 |
| Gambar III.7 Tangkapan Kolom Komentar Instagram Lippo..... | 30 |
| Gambar III.8 Tangkapan Kolom Komentar Instagram Lippo..... | 31 |

## **DAFTAR BAGAN**

|                                                          |    |
|----------------------------------------------------------|----|
| Bagan II.1 Struktur Organisasi Lippo Plaza Sidoarjo..... | 12 |
|----------------------------------------------------------|----|

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                |    |
|--------------------------------|----|
| Lampiran 1: Tabel Rundown..... | 39 |
| Lampiran 2: Konsep Acara.....  | 40 |
| Lampiran 3: Take Vidio.....    | 43 |

## ABSTRAK

Pada saat ini perkembangan Mall pada sidoarjo sedang meningkat. Perkembangan Mall tersebut membuat mall di sidoarjo bersaing sangat keras. Lippo Plaza Sidoarjo adalah Salah satu Mall terbesar di Sidoarjo. Mall pada kota sidoarjo sangat bersaing dengan keras, perusahaan perlu memperhatikan perilaku konsumen yang ada dan faktor-faktor keputusan dalam konsumen tersebut, sehingga perusahaan perlu menerapkan *marketing tools* supaya masyarakat tertarik kepada produk yang mereka tawarkan Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui penerapan marketing tools pada divisi marketing communication yang berada di Lippo Plaza Sidoarjo. Marketing tools milik Kotler dan Keller memiliki 8 tools yang berisi: *Advertising, Sales Promotion, Events and experience, public relations and publicity, online and social media marketing, Mobile marketing, direct and database marketing, personal selling*

Kata kunci: Marketing tools, Mall, Marketing communication, Penerapan