



AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN PADA PRODUK NESCAFÉ DOLCE GUSTO, PT NESTLÉ INDONESIA

NADILA PALUPI MAHESWARI



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2020**

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan laporan akhir berjudul Aktivitas Komunikasi Pemasaran pada Produk Nescafé Dolce Gusto, PT Nestlé Indonesia adalah benar karya saya dengan arahan dari komisi pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di bagian akhir laporan ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya pada Institut Pertanian Bogor.

Nadila Palupi Maheswari
J3A117072



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



RINGKASAN

NADILA PALUPI MAHESWARI. Aktivitas Komunikasi Pemasaran Pada Produk Nescafé Dolce Gusto, PT Nestlé Indonesia. *Marketing Communication Activity on Nescafé Dolce Gusto's Product*, PT Nestlé Indonesia. Dibimbing oleh HUDI SANTOSO

Kaum urban cenderung berasal dari kaum sosial menengah keatas. Kaum ini biasanya memilih barang dengan kualitas premium. Produk Nescafé Dolce Gusto menawarkan mesin kopi dengan kapsul pintar yang dapat membuat minuman kopi, cokelat, dan juga teh dengan temperatur panas atau dingin.

Tujuan laporan akhir ini adalah untuk menjelaskan aktivitas komunikasi pemasaran yang terjadi pada produk Nescafé Dolce Gusto di PT Nestlé Indonesia, hambatan yang dialami dalam aktivitas komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh divisi *marketing* Nescafé Dolce Gusto serta solusi yang dilakukan dalam mengatasi hambatan yang terjadi. Pengumpulan data untuk bahan menulis laporan akhir ini disusun berdasarkan data yang telah diperoleh saat melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) yang dilakukan pada tanggal 17 Juni sampai dengan tanggal 9 Agustus dengan jadwal efektif lima hari kerja dalam seminggu. Senin sampai Jumat pukul 08.30-17.30. Seluruh pelaksanaan kegiatan bertempat di PT Nestlé Indonesia. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam proses penyusunan laporan akhir ini adalah observasi langsung, partisipasi aktif, wawancara, diskusi, serta studi pustaka.

Simpulan dari laporan akhir ini adalah aktivitas komunikasi pemasaran pada produk Nescafé Dolce Gusto yang dilakukan oleh divisi *marketing* tersusun dalam bauran promosi yang disampaikan secara efektif. Bauran promosi tersebut dilakukan dengan divisi *marketing* dapat meraih target konsumen yang dituju, terutama dalam menyampaikan informasi mengenai kelebihan dalam fitur-fitur produk yang merupakan solusi untuk kaum urban masa kini.

Kata Kunci : komunikasi, kopi, Nestlé, Nescafé Dolce Gusto



© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2020
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah; pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB



AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN PADA PRODUK NESCAFÉ DOLCE GUSTO, PT NESTLÉ INDONESIA

NADILA PALUPI MAHESWARI

Laporan Akhir
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Ahli Madya pada
Program Studi Komunikasi



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2020**

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Penguji pada ujian laporan akhir: Hari Otang Sasmita, S.Pt., M.Si.



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies



Judul : Aktivitas Komunikasi Pemasaran Pada Produk Nescafé Dolce Gusto, PT
Nestlé Indonesia
Nama : Nadila Palupi Maheswari
NIM : J3A117072

Disetujui oleh

Pembimbing : Hudi Santoso, S.Sos., M.P.

Diketahui oleh

Ketua Program Studi : Dr. Ir. Wahyu Budi Priatna, M.Si.
NIP. 196704101991031001

Dekan : Dr. Ir. Arief Darjanto, Dip.Ag Ec., MEd.
NIP. 196106181986091001



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

Tanggal Ujian:
(1 Juli 2020)

Tanggal Lulus:
(25 Juli 2020)

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.